

2010

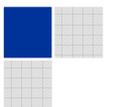
Informe de Gestión Intermedio

Enero - Diciembre



biosearch life

Biosearch S.A.
Camino de Purchil, 66
18004 Granada





INDICE

| | |
|--|----|
| 1. Biosearch, S.A. | 3 |
| 2. Resultados del período | 4 |
| 3. Detalle de la Cifra Neta de Negocio | 5 |
| 4. Evolución de las líneas de Negocio | 7 |
| i. Omega 3 | |
| ii. Extractos Naturales | |
| iii. Probióticos | |
| iv. Servicios | |
| 5. Proyecto Pronaos | 10 |
| 6. Personal | 11 |
| 7. Medio Ambiente | 11 |
| 8. Riesgos | 11 |
| 9. Hechos posteriores | 12 |

1. Biosearch, S.A.

La sociedad Biosearch, S.A. (anteriormente Puleva Biotech, S.A.) es un líder en biotecnología con vocación innovadora a nivel global. La Sociedad tiene presencia en el mercado nacional e internacional en los sectores farmacéutico, de nutrición y dietético, donde está presente con su propuesta de valor en servicios y en productos que giran en torno al concepto de vida saludable.

Biosearch, S.A. diseña ingredientes bioactivos que permitan desarrollar medicamentos, complementos dietéticos y alimentos funcionales que incidan, entre otros, en la mejora de la salud cardiovascular, el control del peso, la salud articular, el desarrollo cognitivo, el sistema inmunológico o el envejecimiento celular.

Biosearch, S.A. lleva años aportando soluciones completas a clientes de más de treinta países para quienes busca la máxima satisfacción con soluciones a medida y una sólida cartera de más de 200 productos agrupada en Lípidos, Probióticos y Extractos naturales. La empresa es un referente internacional en la producción y comercialización de grasas funcionales (Omega 3). Además, desde su creación, ha desarrollado numerosas patentes mundiales fruto de su labor de investigación.

El proyecto PRONAOS cuyo objetivo es la investigación científica dirigida al desarrollo de una nueva generación de alimentos para el control de peso y de la obesidad, ha concluido su tercer año de vida (de un total de cuatro), en el que Biosearch, S.A. ha dedicado recursos en este ejercicio 2010 por valor de 3,0 millones de euros.

Con estos elementos, Biosearch, S.A. continúa implementando una estrategia de crecimiento rentable orientada a los productos de alto valor añadido, con la que pretende seguir avanzando en el mercado y desarrollando ingredientes que contribuyan a una vida saludable.

El ejercicio 2010 ha estado marcado por un complejo y adverso entorno económico que afecta al mercado de ingredientes como consecuencia de la contracción del consumo generalizada en los mercados y territorios en los que opera la Sociedad.

Mientras se han centrado los esfuerzos en materializar a corto plazo los proyectos más viables por la vía de la diferenciación y la innovación, se han llevado a cabo medidas sobre la organización y los gastos de explotación con el fin de mejorar sustancialmente la cuenta de resultados. Esto se ha hecho sin perder de vista el mercado y evitando en la medida de lo posible que cualquier plan de contingencia suponga hipotecar los proyectos en marcha que garanticen el crecimiento futuro.

Con estas iniciativas se ha conseguido un cambio de tendencia, que se refleja en un vuelco muy importante en los beneficios de Biosearch, S.A.

Con fecha efectiva 1 de julio de 2010, Biosearch, S.A. realizó la venta de la participación en Española de I+D, S.A. a Herba Ricemills., S.L.U., que formaba el Grupo consolidado Biosearch. Dicha operación se materializó con la venta 1.500 acciones de 60,10 euros de valor nominal cada una de ellas, totalmente suscritas y desembolsadas, cuyo valor total de la compraventa ha sido de 397 miles de euros.

2. Resultados del ejercicio

La sociedad Biosearch, S.A. ha alcanzado en el ejercicio 2010 una cifra neta de negocio de 16.989 miles de euros, lo que supone un disminución del 5,5 % con respecto al mismo período del año anterior. Esta variación responde exclusivamente a la venta de servicios, pues mientras la venta de productos se mantiene, la de servicios desciende un 26,3%.

El Ebitda generado ha sido de 3.820 miles de euros, cifra que representa un 22,5% sobre ventas y que, comparada con la cifra del año anterior para el mismo período, (2.358 miles de euros) representa un 62,0% de aumento.

El beneficio antes de impuestos muestra un valor de 1.050 miles de euros, que supone una mejora frente al año anterior de 14.145 miles de euros o de un 108,0%. La diferencia se debe a que en el ejercicio 2009 se cerró con un beneficio antes de impuestos de -13.095 miles de euros, ya que incluía un ajuste negativo al valor del fondo de comercio de 12.000 miles de euros.

| En Miles de Euros | <u>2010</u> | <u>2009</u> | <u>Dif</u> | <u>% Var</u> |
|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------|---------------------|
| Ventas Netas | 16.989 | 17.974 | -985 | -5,5% |
| EBITDA | 3.820 | 2.358 | 1.462 | 62,0% |
| % s Ventas Netas | 22,5% | 13,1% | | |
| EBIT | 1.130 | -123 | 1.253 | 1018,7% |
| % s Ventas Netas | 6,7% | -0,7% | | |
| BAI | 1.050 | -13.096 | 14.146 | 108,0% |
| % s Ventas Netas | 6,2% | -72,9% | | |
| Circulante | 7.670 | 11.461 | -3.791 | -33,1% |
| ROCE | 4,5 | 0,9 | | |
| Plantilla Media | 126 | 129 | | |
| Endeudamiento Final | 12.407 | 15.754 | -3.347 | -21,2% |

La positiva variación en términos absolutos del EBIT es de 1.253 miles de euros, que suponen 7,4 puntos porcentuales sobre el valor de las ventas netas. Esta importante mejora se explica fundamentalmente por:

- Un incremento del margen de contribución de 1,9 puntos sobre ventas netas.
- Una reducción del 10,7% de los gastos de personal.

- Una reducción del 25,7% de los otros gastos de explotación.

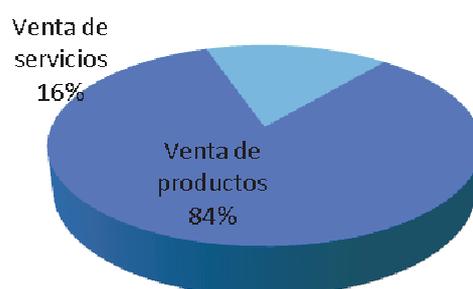
Los esfuerzos orientados a la mejora del circulante, que se ha reducido un 33,1%, han servido para rebajar significativamente el nivel de endeudamiento, que se sitúa a final del primer semestre en 12.407 miles de euros, un 21,2% por debajo del año anterior.

3. Detalle de la Cifra Neta de Negocio

El análisis de la cifra de negocio total de Biosearch S.A, revela la composición y el distinto comportamiento de la venta de productos y servicios tal y como se ha indicado anteriormente:

- La venta de productos se mantiene en 14.217 miles de euros, frente a los 14.215 de 2009
- La venta de servicios muestra un descenso de ingresos del 26,3%.
- Esta evolución supone que actualmente, el 84% de la cifra de negocio proviene de la venta de productos.

| Miles de euros | 2010 | 2009 | Dif | % Var |
|------------------------------------|---------------|---------------|-------------|--------------|
| Venta de productos | 14.217 | 14.215 | 2 | 0,0% |
| Venta de servicios | 2.772 | 3.759 | -987 | -26,3% |
| Total Cifra neta de negocio | 16.989 | 17.974 | -985 | -5,5% |



La reducción en la venta de servicios se debe principalmente a la disminución de servicios de I+D prestados a Puleva Food, S.A. y a Herba Ricemills, S.L.U. en un 13% y un 92% respectivamente.

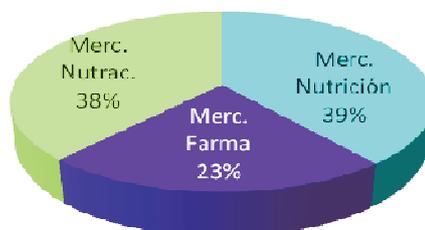
Desglosando por mercados los ingresos por venta de productos, la situación es la siguiente:

| Miles de euros | 2010 | 2009 | Dif | % Var |
|----------------------------------|---------------|---------------|----------|-------------|
| Merc. Nutrición | 5.561 | 4.528 | 1.033 | 22,8% |
| Merc. Farma | 3.212 | 3.616 | -404 | -11,2% |
| Merc. Nutrac. | 5.444 | 6.071 | -627 | -10,3% |
| Total ventas de productos | 14.217 | 14.215 | 2 | 0,0% |

El mercado de Nutrición es el generador de crecimiento, con un aumento en la cifra de negocio del 22,8%, mientras que en los mercados Farma y Nutracéutico, se experimenta una evolución negativa de un -11,2% y -10,3% respectivamente, que hacen que la cifra de ventas de producto se mantenga en su conjunto en los niveles del año anterior.

En el primero, Probióticos y Lípidos prácticamente se reparten el crecimiento en términos absolutos, mostrando ambas líneas de producto una evolución positiva con incrementos superiores al doble dígito.

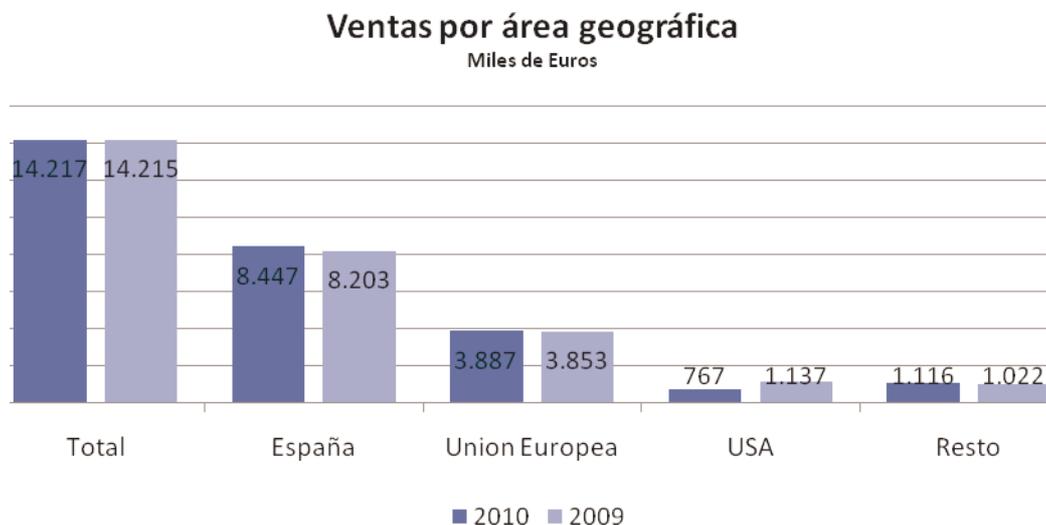
El mercado Farmacéutico muestra una evolución negativa provocada por menores volúmenes de negocio tanto en el mercado doméstico como internacional. Este mercado, que está basado en proyectos de largo período de maduración, ha sufrido especialmente los retrasos en lanzamientos de nuevos productos, así como algún proceso de reestructuración que ha supuesto cambios en los centros de decisión y deslocalizaciones en la fabricación que han afectado al negocio actual.



El mercado Nutracéutico, en virtud de su naturaleza más dinámica y sensible en el corto plazo, ha sufrido muy directamente la caída del consumo generalizada, que ha sido especialmente marcada en el mercado doméstico.

Para Biosearch, el adecuado equilibrio entre los distintos mercados es importante para la estabilidad de los márgenes y de la cifra de negocio. Los mercados Farmacéutico y de Nutrición son de desarrollo más lento, pero aportan estabilidad en el largo plazo, y permiten volúmenes más importantes con un número limitado de productos. El mercado Nutracéutico es más volátil y sensible en el corto plazo, pero presenta muchas oportunidades para el crecimiento, y permite acciones de corto plazo.

Por mercados geográficos, el siguiente gráfico muestra la evolución anual de las ventas de producto:



4. Evolución de las líneas de negocio

i. Omega 3

Las ventas de productos de Omega 3 acumuladas a Junio en 2010 alcanzaron los 4.041 miles de euros, cifra que representa un 14,1% más que la correspondiente al mismo período del año anterior.

La segunda mitad del año ha confirmado pues las expectativas generadas por los progresos realizados en el primer semestre en cuanto a nuevos clientes y nuevos proyectos, que han fructificado apoyando un cambio de tendencia, que se espera continúe en los próximos meses y siga contribuyendo al crecimiento de la cifra de negocio de la sociedad.

Actualmente, la posición del Omega 3 de Biosearch, S.A. es de absoluto liderazgo en el mercado de Nutrición, especialmente en el mercado doméstico, gracias a su imbatible calidad y el know-how aportado en la incorporación del ingrediente a las distintas matrices alimentarias. Esta posición de prestigio está sirviendo para acceder a importantes clientes de mercados internacionales, donde están abiertos procesos de negociación que deben cerrarse con éxito en los próximos meses.

El desarrollo de un excelente nuevo producto en polvo, multiplicará también las posibilidades de incorporar el producto con todas las garantías en nuevas matrices alimentarias, así como en los mercados Nutracéutico y Farmacéutico.

ii. Extractos naturales

La línea de Extractos ha contribuido con una cifra de negocio de 9.287 miles de euros, que supone un decrecimiento del 8,2% comparado con el ejercicio anterior. Esta evolución a la baja ha sido especialmente relevante en la segunda mitad del año en el mercado Nutracéutico, donde la caída del consumo en el mercado doméstico ha tenido una incidencia muy marcada. Similar evolución, aunque en menor grado, han experimentado el mercado americano y el de Reino Unido.

En sentido positivo ha evolucionado la cifra de ventas en los países de Europa del Este, donde se sigue aumentando la cartera de clientes y consiguiendo una mayor penetración en los existentes. Esta misma tendencia positiva se ha conseguido en países como Alemania, Austria, Suiza y Australia, si bien el menor volumen de negocio existente en estos mercados no ha sido suficiente para compensar la desaceleración sufrida en España.

Con el fin de conseguir un cambio de tendencia, se ha trabajado en completar el proceso de desarrollo de nuevos productos que, con su introducción en el mercado a lo largo de 2011, se espera contribuyan a recuperar la senda del crecimiento.

Para el mercado Farmacéutico, existen determinados procesos de autorización pendientes con las autoridades regulatorias locales en algunos países europeos, que se espera culminen en breve plazo y permita a nuestros clientes entrar en fase de comercialización.

También se prevé que los productos desarrollados en la nueva planta de Peñafiel se introduzcan en el mercado durante la primera mitad del 2011. En esta planta, tal y como estaba previsto, se ha completado la puesta a punto y el escalado de la línea dedicada a productos derivados de la algarroba.

iii. Probióticos

Las ventas de Probióticos bajo la marca Hereditum[®] muestran una magnífica evolución hasta la fecha respondiendo a las expectativas, especialmente si consideramos que están en una fase muy prematura de su comercialización en cuanto al número de cepas puestas en el mercado y las aplicaciones abordadas hasta la fecha.

Los ingresos por venta de Probióticos en 2010 crecen un 59,6%, alcanzando unas ventas de 889 miles de euros. Este importante avance responde a la irrupción de nuestros productos en el mercado de leches infantiles en los países centroeuropeos, orientados a estimular el sistema inmunitario y proteger al organismo frente a posibles infecciones.

Se han intensificado los trabajos de desarrollo y escalado de otras cepas probióticas para ampliar la oferta. En concreto, se continúa trabajando para reforzar el desarrollo clínico de los productos orientados a la prevención de la mastitis, que representa la actual prioridad en esta línea de productos. Independientemente de su continuo desarrollo clínico, este proyecto ha

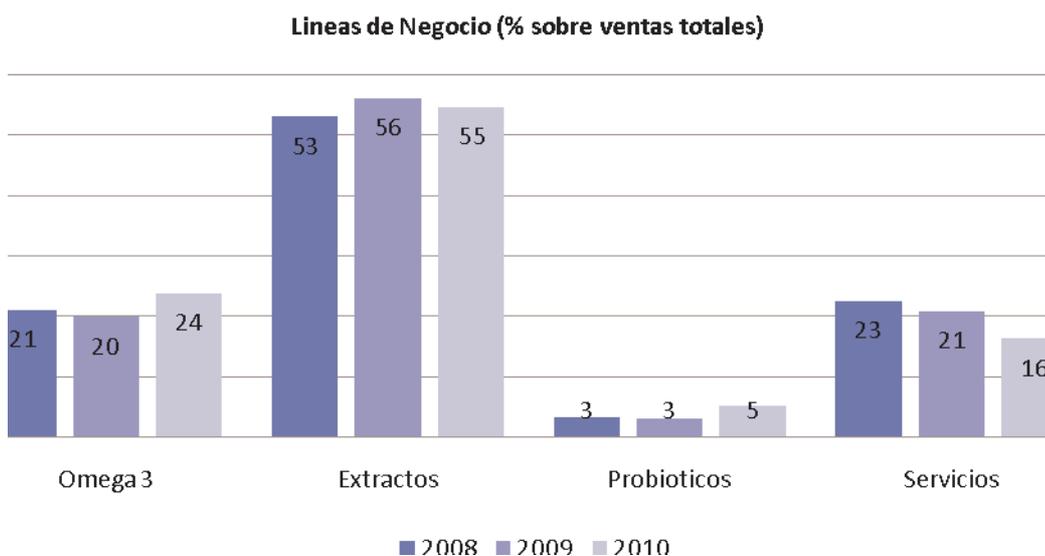
iniciado su fase comercial, por lo que es de esperar que en los próximos meses, las negociaciones comerciales se traduzcan en acuerdos en firme para su pronta comercialización.

iv. Servicios

Después de la venta de la participación de Española de I+D, S.A. a Herba Ricemills, S.L.U., con fecha 1 de Julio de 2010, y de la venta de Puleva Food, S.L. por parte de Ebro Foods, S.A. a la compañía francesa Lactalis, Biosearch continúa trabajando tanto para Puleva Food, S.A. como para algunas empresas del Grupo Ebro Foods, en el área de investigación, en el desarrollo de tecnología, productos y procesos, así como en la evaluación nutricional de productos del ámbito lácteo. Además, se sigue explotando la oportunidad de ofrecer las capacidades técnicas de Biosearch, S.A. al mercado, comercializándose así servicios de desarrollo y analíticos a distintos clientes.

Tal y como se ha descrito anteriormente, estas actividades han generado, a 31 de diciembre de 2010, ingresos por servicios prestados por un importe de 2.772 miles de euros. Esta cifra es un 26,3% inferior a los ingresos obtenidos durante el ejercicio 2009 por estos conceptos, que alcanzaron los 3.759 miles de euros. Este descenso, tal y como se muestra en el cuadro siguiente, se debe a dos factores: el fin en el ejercicio 2009 del proyecto de cereales realizado en colaboración con Herba Ricemills, S.L.U. por el que se facturaban los costes inherentes al proyecto más un 10% de beneficio; y el descenso de la facturación de servicios de I+D y calidad a Puleva Food, S.L. Por otro lado la prestación de servicios a clientes nacionales e internacionales ha aumentado un 32%.

| Cliente | 2010 | 2009 | Dif | % Var |
|-----------------------------------|--------------|--------------|-------------|----------------|
| Herba Ricemills, S.L.U. | 62 | 730 | -668 | -91,51% |
| Puleva Food, S.A. | 2.492 | 2.869 | -377 | -13,14% |
| Otras Grupo Ebro Foods | 10 | 3 | 7 | 233,33% |
| Externos | 208 | 157 | 51 | 32,48% |
| Total ventas por servicios | 2.772 | 3.759 | -987 | -26,26% |



5. Proyecto Pronaos

El Centro para el Desarrollo Técnico Industrial (CDTI) concedió en 2008 una subvención a Biosearch, S.A. para el desarrollo de un proyecto dentro del programa CENIT, destinado a la investigación y desarrollo de estrategias para la prevención de la obesidad, mediante la constitución de un Consorcio liderado por Biosearch, S.A. e integrado por 15 empresas españolas más, y en colaboración con 45 centros públicos de investigación. Este proyecto se inició en enero de 2008 y tiene una duración prevista de cuatro años.

Cumplido ya el tercer año del proyecto PRONAOS, se sigue desarrollando una intensa actividad con los ingredientes seleccionados. Después de haber identificado una veintena de ingredientes en Fase II, una selección de los mismos, entraron en fase III durante 2010, lo que implica que han sido objeto de los correspondientes estudios preclínicos, de acuerdo a la planificación y calendario definido para este importante proyecto. Está previsto que durante el ejercicio 2011, aquellos ingredientes que han manifestado potencial como resultado de los estudios preclínicos, sean objeto de un mayor grado de desarrollo mediante su evaluación en estudios clínicos. Las tres categorías de productos, Lípidos, Extractos y Probióticos están representadas en los estudios clínicos que se llevarán a cabo en 2011.

En el transcurso del ejercicio 2010, y de acuerdo a lo previsto, Biosearch, S.A. ha dedicado al proyecto PRONAOS una cifra aproximada de 3.000 miles de euros. Esto incluye inversiones en Capex, horas del personal, coste de materiales y colaboraciones externas. Para el ejercicio 2011, está previsto que esta cifra alcance los 2.660 miles de euros.

6. Personal

Durante el ejercicio 2010, Biosearch, S.A. ha contado con una plantilla media de 126 personas frente a las 129 que conformaban la organización el año anterior. En la Sociedad existe un sistema de retribución variable para el personal en función de unos objetivos determinados en base al puesto de trabajo, lo que supone una mayor implicación del personal en el día a día de la actividad y un mecanismo para alinear y orientar la organización hacia los resultados de la compañía.

7. Medio Ambiente

Biosearch, S.A. cuenta con una política global de gestión de residuos tanto a nivel industrial como para la actividad de investigación y desarrollo, y existe un objetivo de aminorar la emisión de los mismos. En esta línea se sigue trabajando en el plan de continua mejora medioambiental en la planta de producción de Talayuela. En sus instalaciones en Granada, Biosearch realiza la gestión medioambiental por dos vías de actuación, una, mediante la transferencia de diversos residuos, principalmente plástico, disolventes y vidrio a un gestor externo, y otra, mediante el reciclaje de materiales como papel y cartón.

La compañía cuenta con medios para la gestión de residuos originados de la actividad industrial y de la actividad de investigación y desarrollo, entre otros. Dispone de un almacén cerrado y aislado para el depósito de disolventes y reactivos, lo que reduce de manera importante el riesgo de contaminación en el caso de existir algún derrame accidental.

Actualmente, no existen deducciones fiscales por inversión en medidas para reducir el impacto medioambiental, ni se han recibido subvenciones u otros ingresos de naturaleza medioambiental.

8. Riesgos

Respecto a los principales riesgos e incertidumbres que se esperan para el ejercicio 2011, son los inherentes a la actividad desarrollada por Biosearch, S.A. y ninguno se considera de especial relevancia.

9. Hechos posteriores

Con fecha 13 de Enero de 2011, el Grupo Lactalis Iberia, S.A. compró a Ebro Foods, S.A. un número de acciones equivalente al 29,9% del capital social de Biosearch, S.A. por un precio total de 8.281.035,36 euros. El Grupo Lactalis, principal cliente de Biosearch, S.A. a través de su filial Puleva Food, pasa así a convertirse en el primer accionista de la sociedad.

El Grupo Lactalis tiene la intención de participar en la administración y gestión de Biosearch, S.A., por lo que propuso el nombramiento de dos Consejeros dominicales, propuesta que fue aprobada posteriormente por el Consejo de Administración.