

Agenda

1. 3T 2017 Destacados
Peter Guenter, CEO
2. Situación financiera y actualización
Aqua
David Nieto, CFO
3. Thermi
Vladimir Paul-Blanc, GM Thermi
4. Lanzamiento Skilarence®
Alfredo Baron, Executive VP. Global
Commercial operations
5. Conclusiones
Peter Guenter, CEO

3T 2017 Introducción



Peter Guenter

Consejero Delegado

Ejecutivo

desde el 1 de octubre

3T 2017 Destacados

- Skilarence® lanzado en mercados clave de la UE con una valoración inicial prometedora
- Rendimiento del negocio en Europa sobre lo esperado
- Resultados positivos del fase III del combo de acldinio (acuerdo AstraZeneca)
- Filial en EEUU redimensionada al nuevo entorno de mercado
- Desarrollo de negocio y licencias siguen siendo una gran prioridad

Situación financiera y actualización Aqua

9M 2017 - Destacados financieros

Destacados

- Continúa el buen rendimiento de los **productos de Poli Group** con un **crecimiento de doble dígito**
- Valoración inicial **positiva** del **lanzamiento de Skilarence®**
- **Otros ingresos:** Resultados positivos de la **fase III** del **combo** de acidinio (AstraZeneca)
- **Fuerte control de costes** (Disminución de Gastos Generales de un 10% en 3T 2017 vs 3T 2016)

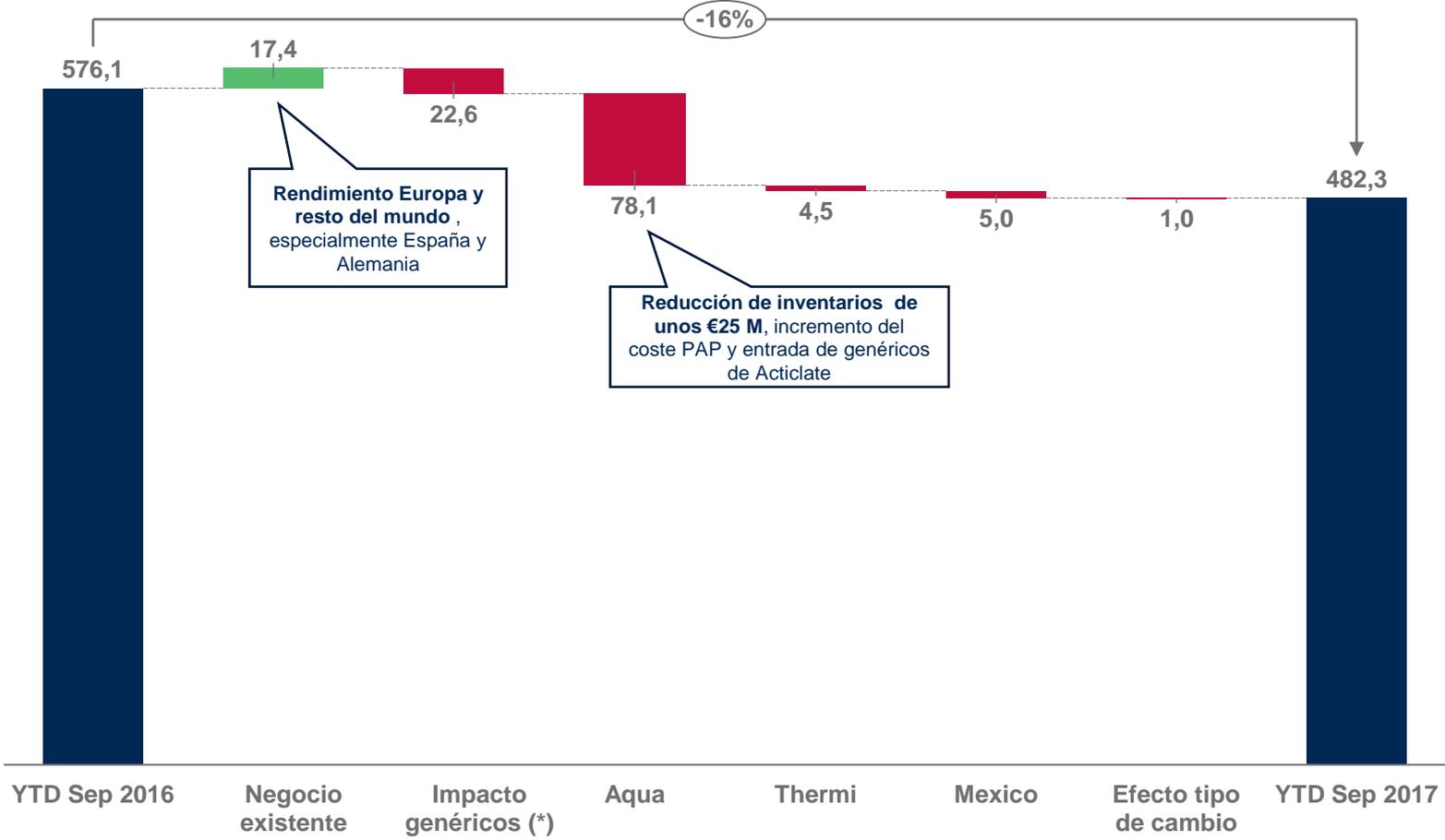
Retos

- **Disminución de Ventas Netas -16%**, afectada por la presión continua en el negocio de EEUU
- Pérdida general de volumen de **Acticlate™**
- Recuperación de **Thermi** más lenta de lo esperado
- **EBITDA disminuye en un -46% a €100 M**, a pesar de la recuperación en 3T



Estimaciones 2017 reiteradas
(en la parte baja del rango)

9M 2017 – Principales drivers Ventas Netas (€M)



*No incluye impacto de genéricos en EEUU

9M 2017 – Actualización de negocio Aqua

1. Reequilibrio de inventarios

- Sin grandes cambios en nuestra previsión respecto al impacto de la reducción de inventarios



2. Programa de Asistencia al Paciente

- Aplicada nueva tarjeta PAP de descuento y estricto control de su uso adecuado
- Reglas más estrictas para las farmacias e incremento de visibilidad, con un nuevo sistema y nuevos controles
- Los márgenes de todos los productos vuelven a niveles normales



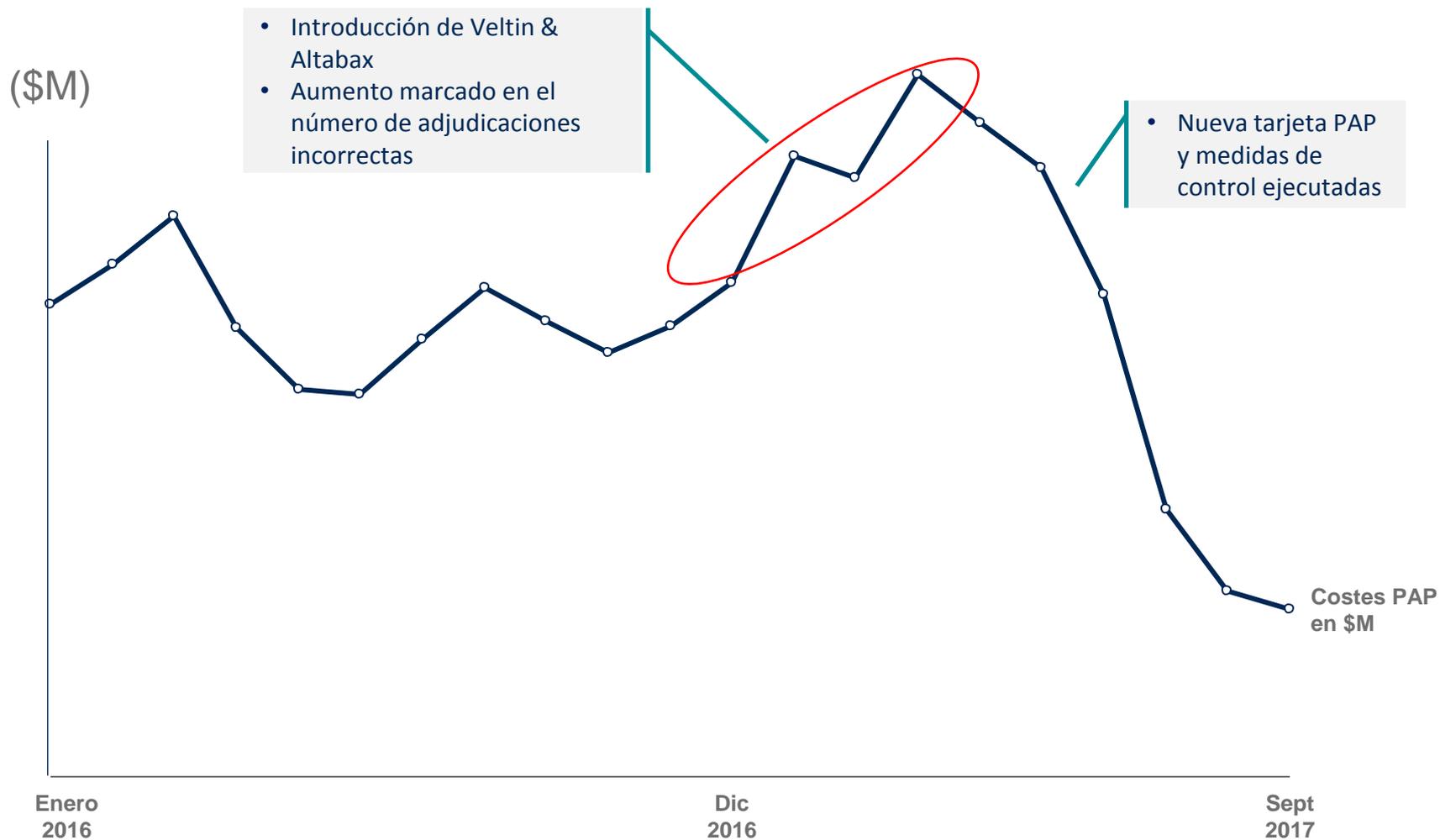
3. Entrada de genéricos de Acticlate

- Teva Pharmaceuticals lanzó el genérico autorizado en paralelo
- Ejecución de la reestructuración de la red de ventas y en el área de operaciones en la sede de Aqua
- Los genéricos tuvieron un impacto mayor sobre la demanda



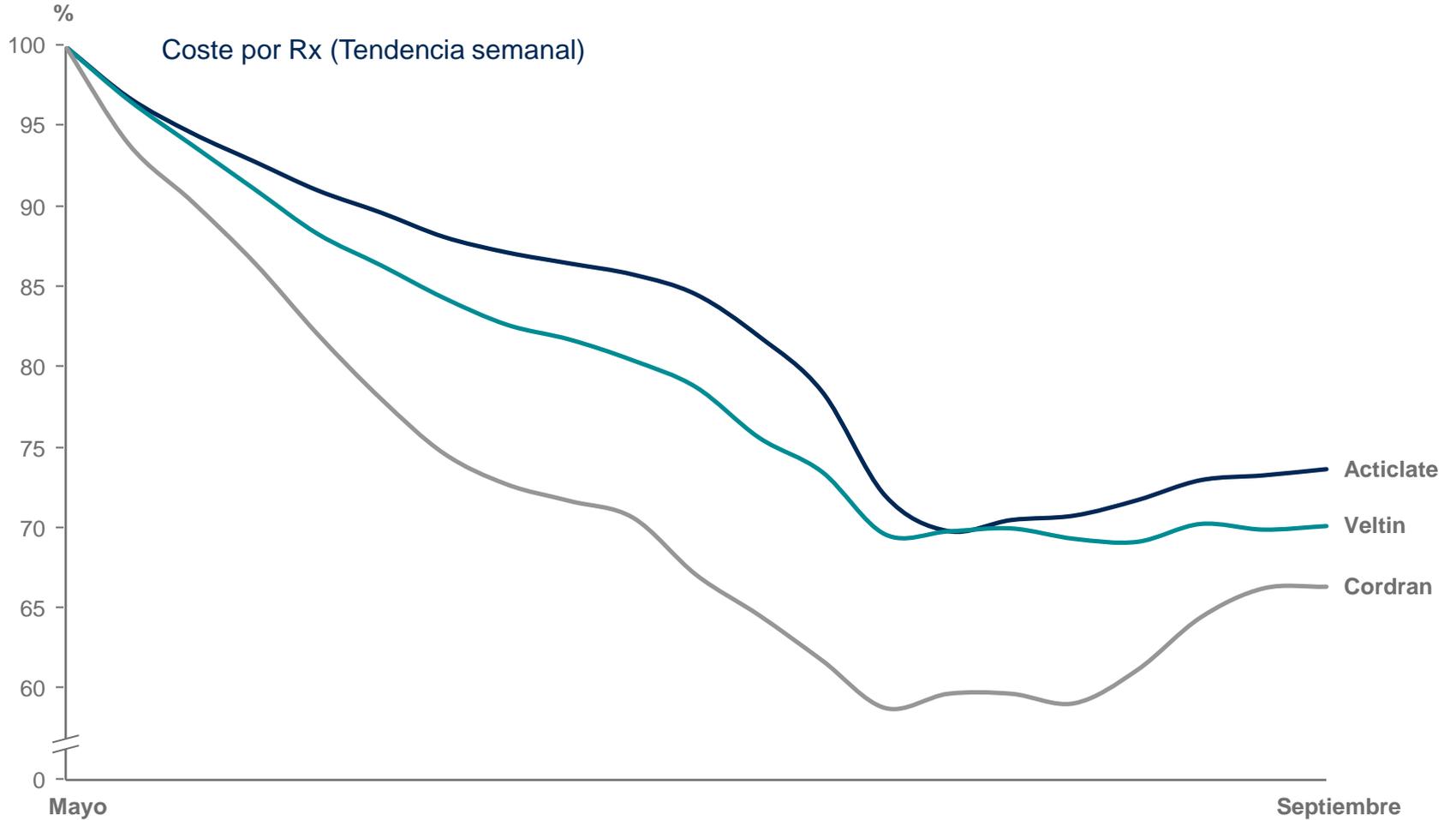
9M 2017 – Aqua. Programa de Asistencia al Paciente

Las nuevas medidas conllevan un descenso en los costes del PAP



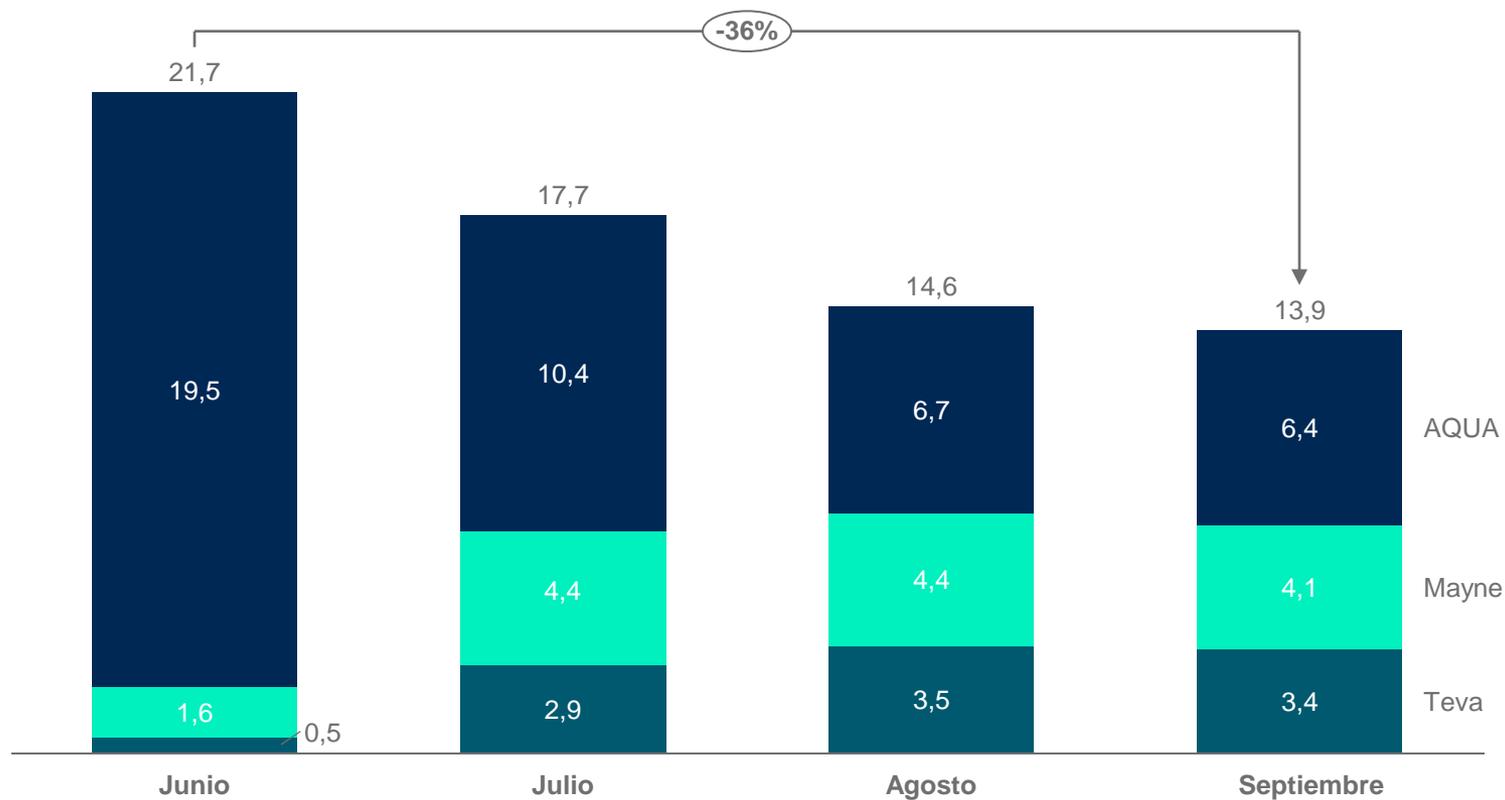
9M 2017 – Aqua. Programa de Asistencia al Paciente

Tendencia de costes por prescripción en la dirección correcta

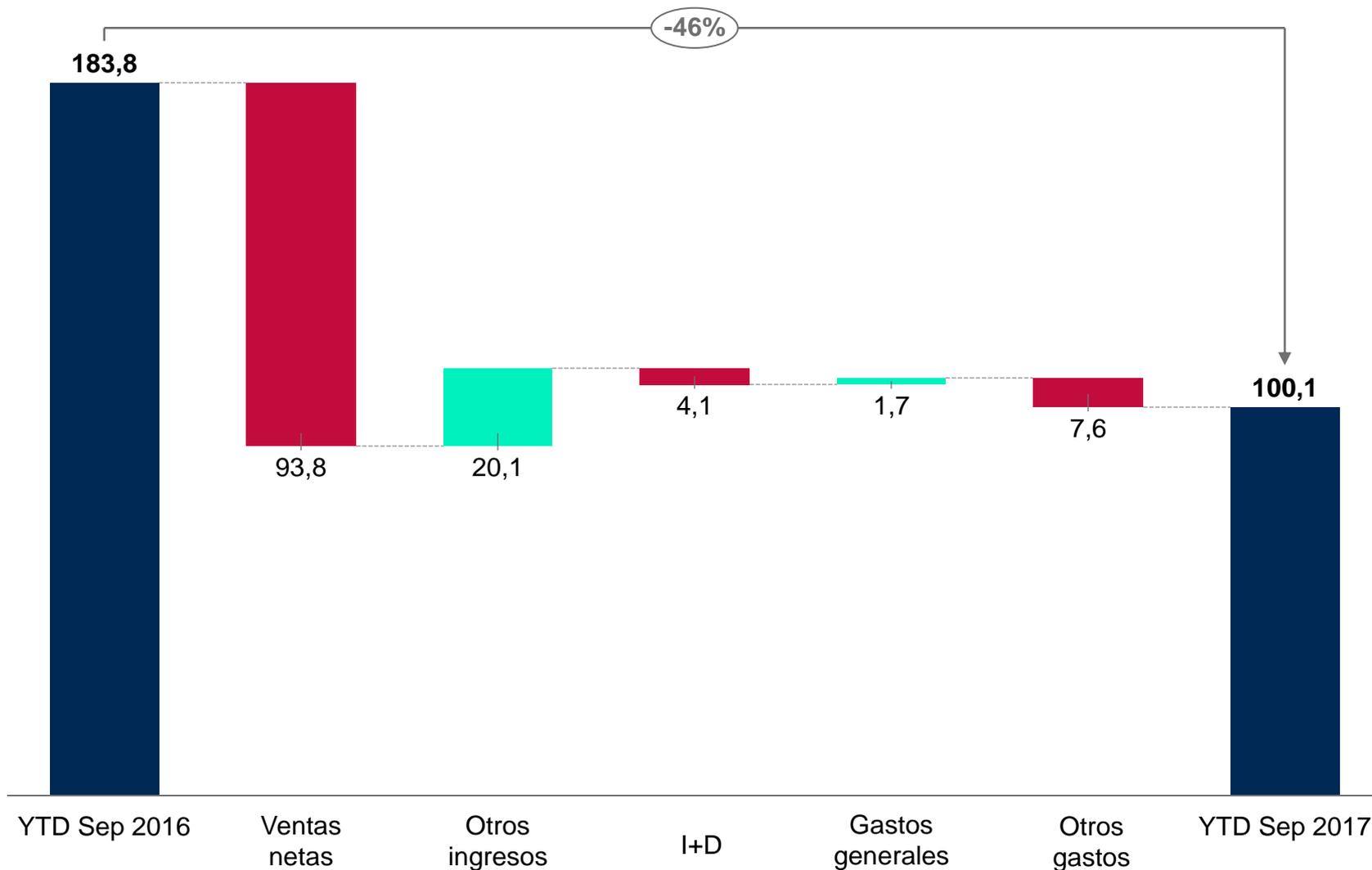


2017 Aqua - ACTICLATE™ vs. Genérico

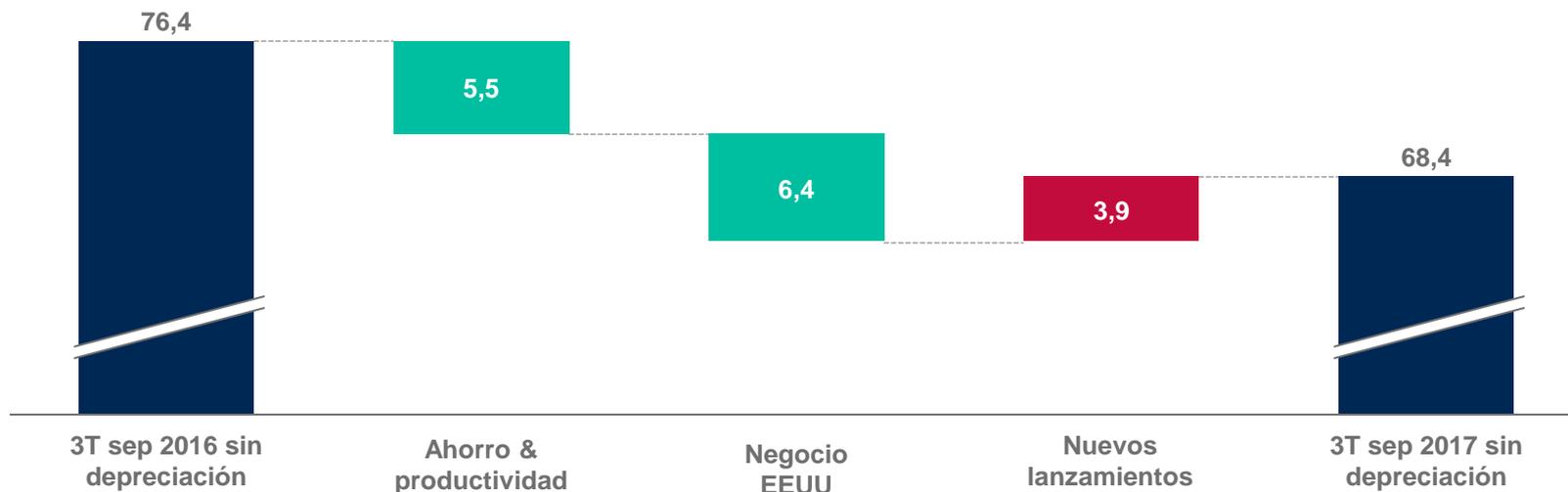
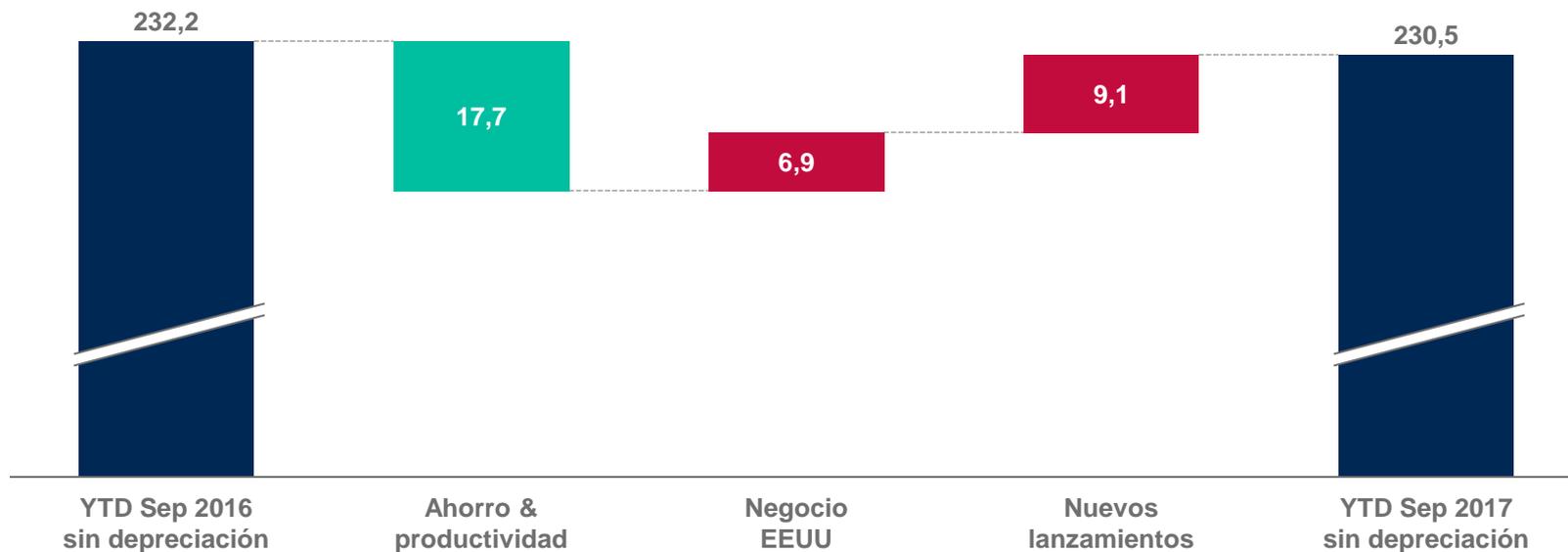
Erosión de los niveles TRx y mayor impacto Gx (miles)



9M 2017 – Principales drivers EBITDA (€M)



Gastos generales y de administración: desglose(€M)



9M 2017 – Pérdidas y Ganancias resumido

| € Millones | YTD Sep 2017 | YTD Sep 2016 | % var LY |
|---|-----------------|-----------------|-------------|
| Ingresos Totales | 561,6 | 635,4 | (11,6%) |
| Ventas Netas | 482,3 | 576,2 | (16,3%) |
| Otros Ingresos | 79,3 | 59,2 | 34,0% |
| Coste de ventas | (171,7) | (169,8) | 1,1% |
| Margen Bruto | 310,6 | 406,4 | (23,6%) |
| <i>% sobre ventas</i> | 64,4% | 70,5% | |
| I+D | (67,2) | (61,8) | 8,7% |
| <i>% sobre ventas</i> | (13,9%) | (10,7%) | |
| Gastos Generales y de Administración | (295,6) | (294,4) | 0,4% |
| <i>% sobre ventas</i> | (61,3%) | (51,1%) | |
| Gastos Generales (ex. depreciación) | (230,5) | (232,2) | (0,7%) |
| <i>% sobre ventas</i> | (47,8%) | (40,3%) | |
| Depreciación | (65,1) | (62,2) | 4,7% |
| Otros gastos operativos | (5,5) | 0,4 | n.m. |
| <i>% of sales</i> | (1,1%) | 0,1% | |
| EBIT | 21,6 | 109,8 | (80,3%) |
| <i>% sobre ventas</i> | 4,5% | 19,1% | |
| Depreciación | 78,5 | 74,0 | 6,1% |
| <i>% sobre ventas</i> | 16,3% | 12,8% | |
| EBITDA | 100,1 | 183,8 | (45,5%) |
| <i>% sobre ventas</i> | 20,8% | 31,9% | |

Otros Ingresos por encima del mismo período del año pasado debido a la evolución de los saldos a cobrar de AZ

Margen Bruto afectado por la reducción en ventas en geografías con márgenes más altos

Baja comparativa con el mismo periodo del 2016

Disminución de 10% de 3T 2016 a 3T 2017, a pesar de la inversión en nuevos lanzamientos

9M 2017 – EBITDA – Resultado neto normalizado

| € Millones | YTD Sep 2017 | YTD Sep 2016 | % var LY |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
| EBITDA | 100,1 | 183,8 | (45,5%) |
| Beneficios por venta de activos | - | 30,8 | (100,0%) |
| Otros costes | (6,2) | (2,1) | 195,2% |
| Costes de reestructuración | (5,8) | - | n.m. |
| Perdidas por deterioro | (129,0) | - | n.m. |
| Ingresos financieros netos / (gastos) | (10,7) | (11,3) | (5,3%) |
| Beneficios antes de impuestos / (pérdidas) | (130,1) | 127,2 | n.m. |
| Impuesto sobre sociedades | 30,4 | (23,7) | n.m. |
| Resultado Neto | (99,7) | 103,5 | (196,3%) |
| Resultado Neto Normalizado | 22,6 | 79,8 | (71,7%) |
| Beneficio por acción (€) (1) | (0,58€) | 0,60€ | |
| Beneficio por acción normalizado (€)(1) | 0,13€ | 0,46€ | |

Desinversión de operaciones en México en 2016

Reestructuración de la red de ventas en Francia y EEUU

Relacionado con el deterioro del fondo de comercio de Aqua y pipeline de Poli (impacto no monetario)

Septiembre 2017 – Balance

| € Millones | Sep 2017 | % of BS | Dic 2016 |
|---------------------------------------|----------------|--------------|----------------|
| Fondo de comercio | 350,0 | 15,6% | 432,8 |
| Activos intangibles | 846,1 | 37,6% | 993,0 |
| Inmovilizado material | 125,8 | 5,6% | 132,3 |
| Activos financieros | 175,9 | 7,8% | 194,4 |
| Otros activos no corrientes | 353,0 | 15,7% | 327,5 |
| Total Activos No corrientes | 1.850,8 | 82,3% | 2.080,0 |
| Existencias | 82,7 | 3,7% | 91,0 |
| Deudores comerciales | 150,1 | 6,7% | 130,6 |
| Caja y equivalentes | 127,4 | 5,7% | 466,7 |
| Otros activos corrientes | 38,1 | 1,7% | 50,2 |
| Total Activos corrientes | 398,3 | 17,7% | 738,5 |
| Total Activos | 2.249,1 | | 2.818,5 |
| Patrimonio Neto | 1.333,3 | 59,3% | 1.520,3 |
| Deuda financiera | 152,0 | 6,8% | 321,0 |
| Pasivos no corrientes | 525,4 | 23,4% | 609,5 |
| Pasivos corrientes | 238,4 | 10,6% | 367,7 |
| Total Pasivo y Patrimonio Neto | 2.249,1 | | 2.818,5 |

Disminución del fondo de comercio debido principalmente al deterioro de Aqua

Deterioro de proyectos pipeline de Poli

Incluido el valor razonable de hitos y *royalties* del acuerdo con AZ

Incremento (vs. 2016) debido a la reclasificación de saldos a cobrar por hitos de AZ

La línea de crédito *revolving* reemplazó las Obligaciones Senior en abril

Posición neta de caja:

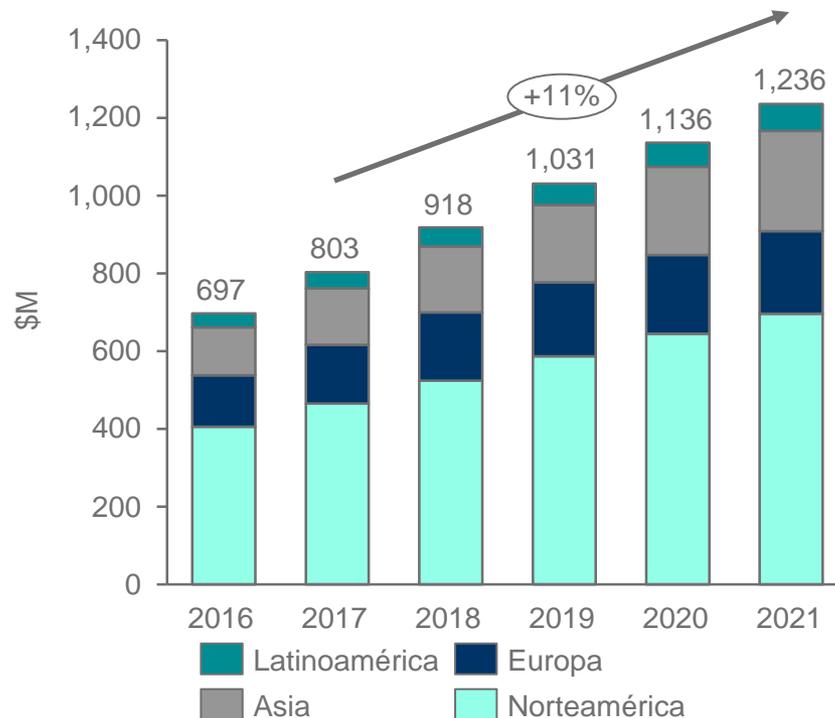
- + Caja y equivalentes: 127,4 Millones
- Deuda Financiera : 152 Millones
- Planes de Pensiones: 70,5 Millones

Thermi

Crecimiento del mercado de *Body shaping* y estiramiento de la piel

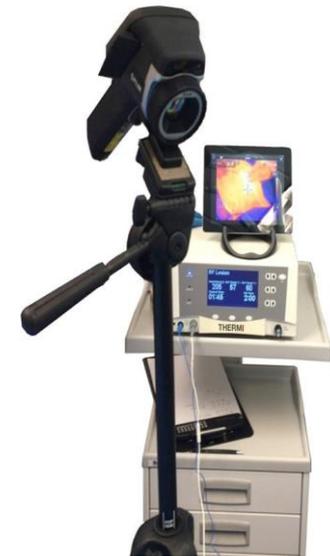
Fuerte demanda, crecimiento de doble dígito en todas las geografías

Evolución de ventas por región*



Base de usuarios de Thermi

- Más de 2.000 usuarios
- Más de 150.000 procedimientos llevados a cabo



*\$M, estimación ventas fabricante

Fuente: Medical Insights, "The Global Aesthetic Market Study: Version XV, May 2017"

Mercado *Women's Health* hasta 2021

- Antes de 2021, se espera que el mercado *Women's Health* alcance \$2,2 mil millones en honorarios por el tratamiento, comparado con \$512M en 2016
- Más de un 100% CAGR de 2016 a 2021 en ventas de maquinas e ingresos por el tratamiento

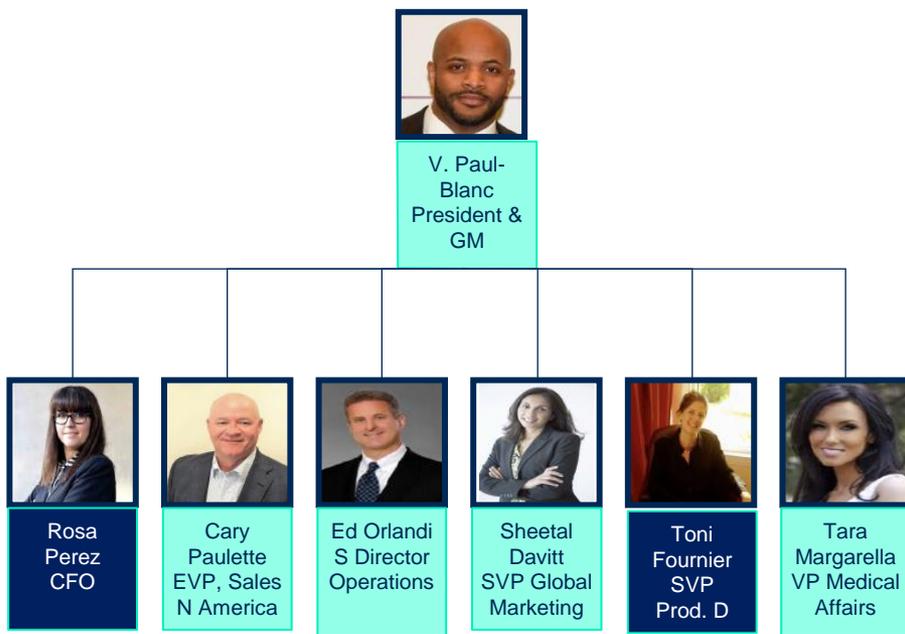
| Volumen de intervenciones en todo el mundo para tratamientos <i>Women's Health</i> , 2016-2021 | | | |
|--|----------------|--------|-----------------------|
| Año | Base instalada | Tx/Año | Volumen total (miles) |
| 2016 | 5.861 | 110 | 512 |
| 2017 | 8.680 | 125 | 881 |
| 2018 | 12.455 | 150 | 1.416 |
| 2019 | 16.972 | 180 | 2.032 |
| 2020 | 22.120 | 195 | 2.510 |
| 2021 | 27.839 | 200 | 2.859 |

THERMiva®



Situación actual

Los resultados del 3T reflejan un efecto disruptivo a corto plazo, debido a la transición de la dirección



Nueva contratación

Oportunidades importantes

- Establecido un nuevo equipo directivo experimentado
- El efecto disruptivo debido a la transición de la dirección se ha resuelto
- Ventas de consumibles según expectativas
- Crecimiento del negocio internacional con **ThermiVa®** (China/Brasil)

El nuevo Presidente y Director General ha reforzado su equipo, contratando directivos experimentados en áreas críticas como *Medical Affairs*, Marketing, Operaciones y Ventas

Iniciativas claves ejecutadas

Operaciones

- Revisión de los recursos/limitaciones/áreas de oportunidad en las operaciones para mejorar el rendimiento del negocio
- Planes de acción establecidos y en ejecución para optimizar y adecuar el tamaño de los activos productivos
- Desarrollo del *pipeline* para asegurar el lanzamiento de nuevos productos

Comercial

- Plan estratégico para evaluar oportunidades que aceleren el crecimiento y oportunidades de ventas cruzadas con dermatología y relación con Sinclair
- Estrategia de marketing para abordar el crecimiento del mercado de la salud femenina

Clínica

- Establecida la organización de *Medical Affairs* para impulsar la innovación clínica y crear buenas prácticas
- Oportunidad de potenciar los recursos clínicos de Almirall para optimizar la estrategia de desarrollo clínico

Actualización del *Pipeline*

Nuevos Productos

- Lanzamiento en 4T de cánula inyectable RF con mejoras operacionales y funcionales
- Se espera el lanzamiento en 2018 de la plataforma de Thermi con nuevas y más amplias capacidades técnicas
- El *Pipeline* a largo plazo que ampliará la cartera de productos a través de la plataforma y los consumibles

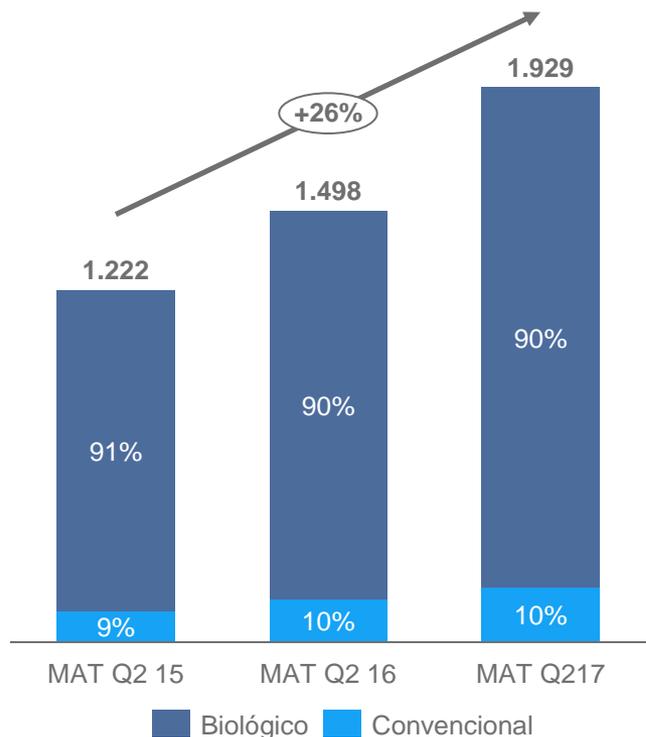
Indicaciones clínicas de uso

- Aprobación de ThermiVa® en Europa, China y Brasil para Thermi
- Se esperan nuevas indicaciones de uso, así como la entrada en mercados clave en 2018

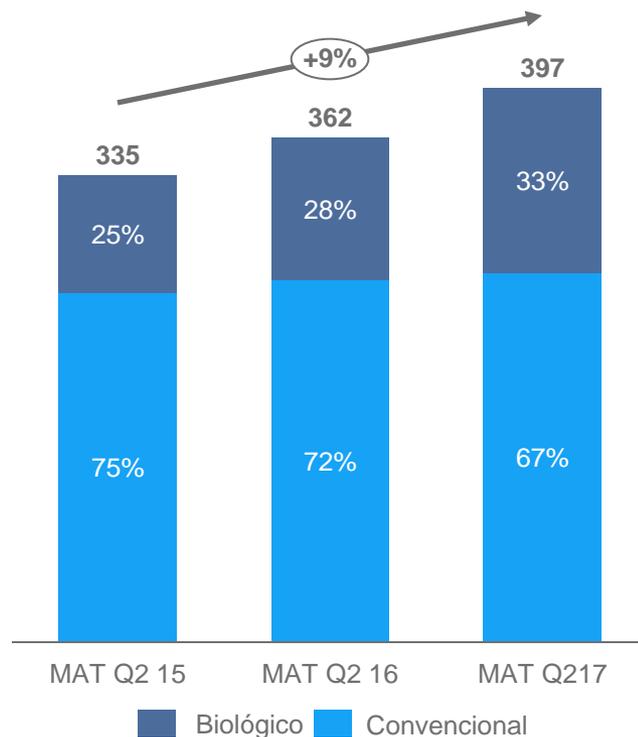
Lanzamiento de Skilarence®

Mercado de tratamientos sistémicos de psoriasis (UE) €1,9 mil millones con un crecimiento de doble dígito

Tratamientos sistémicos de psoriasis en UE.
Ventas (€M, ex mnf)



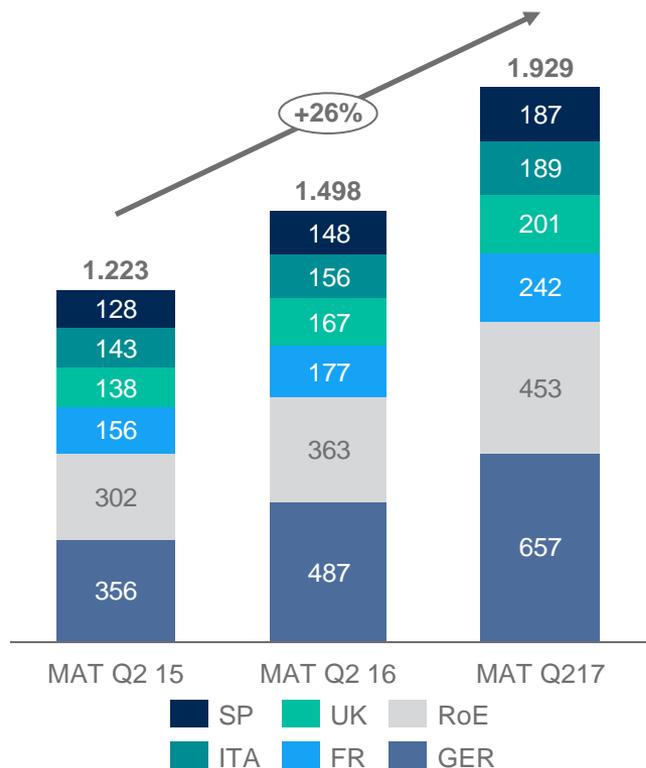
Tratamientos sistémicos de psoriasis en UE.
Ventas (Miles de pacientes*)



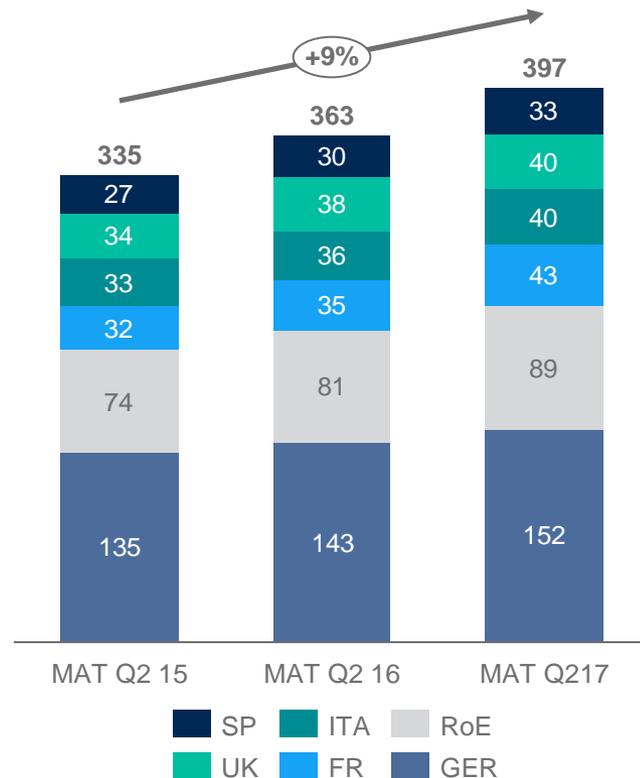
*Cálculo de los pacientes basado en datos de ventas de IMS Sales y en suposiciones de IMS sobre dosis y posología
Taltz (ixekizumab) ya lanzado en algunos países de la UE – datos de ventas de IMS pendientes
Fuente: IMS SMART Psoriasis Systemic & Biologics database MAT Q2 2017 EU15

Alemania, el mercado más grande en la UE, seguido por Francia, con mayor crecimiento

Tratamientos sistémicos de psoriasis en UE.
Ventas (€M, ex mnf)



Tratamientos sistémicos de psoriasis en UE.
Ventas (Miles de pacientes*)



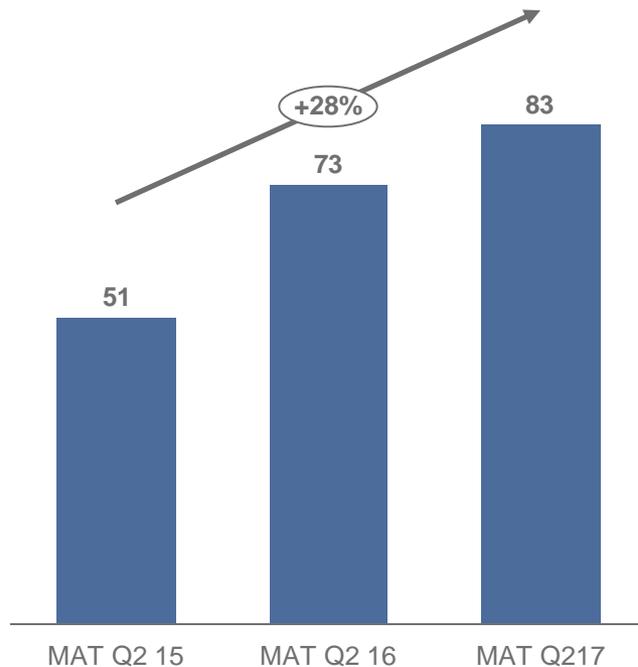
*Cálculo de los pacientes basado en datos de ventas de IMS Sales y en suposiciones de IMS sobre dosis y posología. España e Italia tienen un volumen más alto de unidades debido al canal Hospitalario

Taltz (ixekizumab) ya lanzado en algunos países de la UE- datos de ventas de IMS pendientes

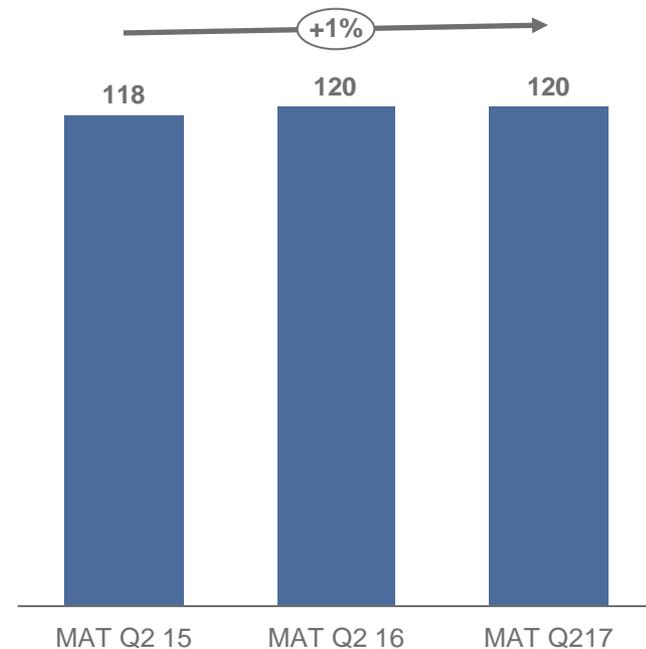
Fuente: IMS SMART Psoriasis Systemic & Biologics database MAT Q2 2017 EU15

Alemania es el mercado de tratamiento convencional más grande de la UE

Tratamientos sistémicos convencionales de psoriasis en Alemania.
Ventas (€M, ex mnf)



Tratamientos sistémicos convencionales psoriasis en Alemania.
Ventas (Miles de pacientes*)



*Calculo de los pacientes basado en datos de ventas de IMS Sales y en suposiciones de IMS sobre dosis y posología. España e Italia tienen un volumen más alto de unidades debido al canal Hospitalario

Taltz (ixekizumab) ya lanzado en algunos países de la UE– datos de ventas de IMS pendientes

Fuente: IMS SMART Psoriasis Systemic & Biologics database MAT Q2 2017 EU15

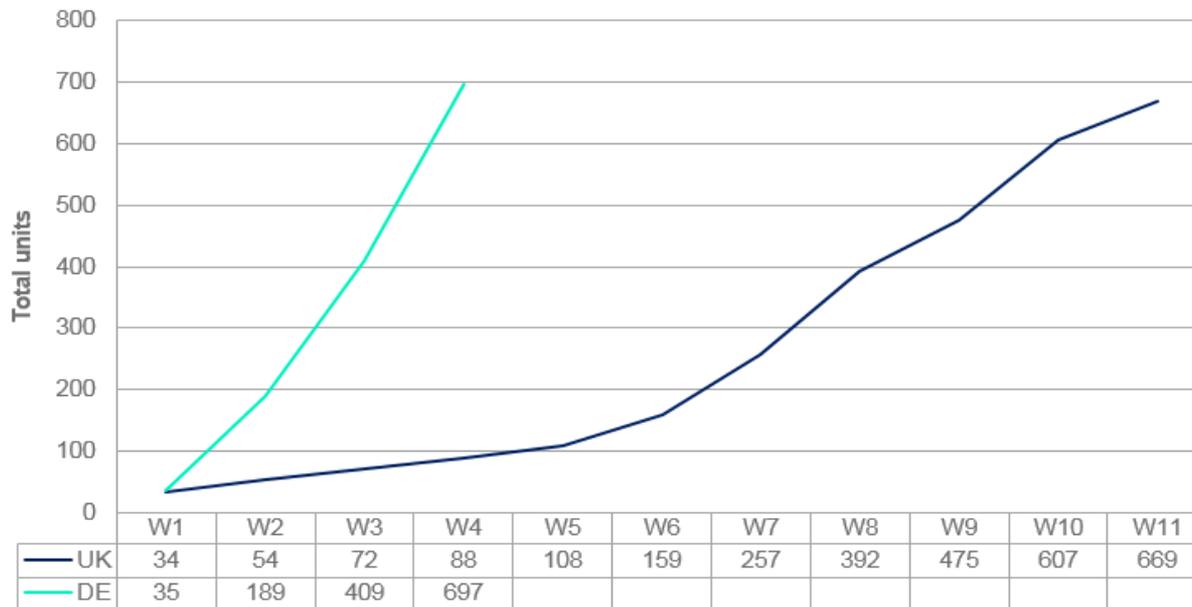
Lanzamiento prometedor de Skilarence®

Skilarence® es el primer y único éster de ácido fumárico aprobado en la UE para la psoriasis. **Formulación oral como primera línea de tratamiento para adultos con psoriasis de moderada a severa.**

- Lanzado el 15 de septiembre en Reino Unido y en algunos otros países
- Lanzado el 2 de octubre en Alemania
- Nuevo compuesto oral, para tratamiento de enfermedad crónica, muy buena relación coste-efectividad
- Buena acogida por los profesionales médicos y *payers*



Skilarence® ventas iniciales prometedoras



DE



UK

- ✓ Skilarence® ya representa el 11,9% del volumen de Fumaderm en la cuarta semana
- ✓ 45% de ventas en el *pack* de inicio, que indica un número significativo de nuevos pacientes

- ✓ Un total de 55 cuentas han hecho pedidos
- ✓ 26% de las cuentas más importantes en psoriasis han introducido Skilarence®
- ✓ 10 cuentas han repetido pedidos, 7 de ellos más de tres veces

Conclusiones

Conclusiones

- Importantes retos en Aqua, por lo que se han tomado medidas de corrección
- Thermi preparado para crecer en el 2018
- Señales iniciales positivas de Skilarence® en Europa
- Se reiteran las estimaciones anunciadas el 10 de julio
- Desarrollo de negocio y licencias siguen siendo una alta prioridad

Apéndices financieros

9M 2017 – Flujo de caja

| € Millones | Sep 2017 YTD | Sep 2016 YTD |
|---|-----------------|-----------------|
| Beneficio antes de impuestos | (130,1) | 127,2 |
| Amortizaciones | 78,6 | 74,0 |
| Cambios de capital circulante | (65,2) | 5,4 |
| Pagos por reestructuración | (5,7) | (7,6) |
| Otros ajustes | 73,3 | (85,2) |
| Flujo de caja impuestos | (12,7) | 18,9 |
| Flujo de caja de actividades de explotación (I) | (61,8) | 132,7 |
| Ingresos Financieros | 0,2 | 3,2 |
| Inversiones | (50,3) | (68,2) |
| Desinversiones | 0,6 | 12,7 |
| Proveedores de inmovilizado (capex suppliers) | (0,2) | (4,6) |
| Cambios en perimetros de consolidación | (7,5) | (395,2) |
| Flujo de caja de actividades de inversión (II) | (57,2) | (452,1) |
| Gastos financieros | (15,1) | (15,2) |
| Distribución de dividendo | (33,0) | (33,0) |
| Incremento / (disminución) Deuda | (172,3) | (0,2) |
| Flujo de caja de actividades de financiación (III) | (220,4) | (48,4) |
| Flujo de caja generado durante el periodo | (339,4) | (367,8) |
| Flujo de caja libre (III) = (I) + (II) | (119,0) | (319,4) |

Incluye ajustes de deterioros y gastos financieros compensados parcialmente por la actualización financiera e ingresos diferidos de AZ y diferencias de cambio

Debido principalmente al pago del hito a Sun Pharma y al pago derivado de la firma del contrato con Symatase

Incluido pago de cupones de Obligaciones Senior el 31 de marzo y comisión de reembolso el 4 de abril

Pago del Dividendo el 1 de junio

3T 2017 vs 3T 2016 – Pérdidas y Ganancias

| € Millones | 3T 2017 | 3T 2016 | % Var. |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos totales | 182,7 | 207,3 | (11,9%) |
| Ventas Netas | 153,8 | 187,9 | (18,1%) |
| Otros Ingresos | 28,9 | 19,4 | 49,0% |
| Coste de ventas | (55,4) | (54,7) | 1,3% |
| Margen Bruto | 98,4 | 133,2 | (26,1%) |
| <i>% sobre ventas</i> | <i>64,0%</i> | <i>70,9%</i> | |
| I+D | (19,0) | (17,8) | 6,7% |
| <i>% sobre ventas</i> | <i>(12,4%)</i> | <i>(9,5%)</i> | |
| Gastos Generales y de Administración | (88,8) | (98,1) | (9,5%) |
| <i>% sobre ventas</i> | <i>(57,7%)</i> | <i>(52,2%)</i> | |
| Gastos Generales sin Depreciación | (68,4) | (76,4) | (10,5%) |
| <i>% sobre ventas</i> | <i>(44,5%)</i> | <i>(40,7%)</i> | |
| Depreciación | (20,4) | (21,7) | (6,0%) |
| Otros gastos operativos | (2,9) | (2,0) | 45,0% |
| EBIT | 16,6 | 34,7 | (52,2%) |
| <i>% sobre ventas</i> | <i>10,8%</i> | <i>18,5%</i> | |
| Depreciación | 24,9 | 25,6 | (2,7%) |
| <i>% sobre ventas</i> | <i>16,2%</i> | <i>13,6%</i> | |
| EBITDA | 41,5 | 60,3 | (31,2%) |
| <i>% sobre ventas</i> | <i>27,0%</i> | <i>32,1%</i> | |
| Beneficios por venta de activos | - | (0,4) | (100,0%) |
| Otros costes | - | (1,9) | (100,0%) |
| Costes de reestructuración | (5,8) | - | n.m. |
| Perdidas por deterioro | (49,4) | - | n.m. |
| Ingresos financieros netos / (gastos) | (1,8) | (2,0) | (8,9%) |
| Beneficios antes de impuestos / (pérdidas) | (40,4) | 30,4 | n.m. |
| Impuesto sobre sociedades | 13,8 | (7,4) | n.m. |
| Resultado Neto | (26,6) | 23,1 | n.m. |
| Resultado Neto Normalizado | 13,3 | 24,4 | (45,4) |

Desglose de ventas en dermatología

| € Miles | YTD Sep 2017 | YTD Sep 2016 | % var vs LY |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Europa | 134.669 | 136.400 | (1,3%) |
| Franquicia Ciclopoli | 30.515 | 26.256 | 16,2% |
| Solaraze | 25.600 | 27.966 | (8,5%) |
| Franquicia Decoderm | 18.773 | 18.765 | 0,0% |
| Otros | 59.782 | 63.413 | (5,7%) |
| EEUU | 42.009 | 119.610 | (64,9%) |
| Franquicia acné | 18.382 | 81.650 | (77,5%) |
| Franquicia esteroides | 12.015 | 23.485 | (48,8%) |
| Otros EEUU | 11.612 | 14.474 | (19,8%) |
| Resto del mundo | 7.260 | 6.069 | 19,6% |
| Total Derma Rx | 183.939 | 262.079 | (29,8%) |
| ThermiGen | 21.631 | 25.760 | (16,0%) |
| Total Almirall Derma | 205.569 | 287.839 | (28,6%) |

Desglose ventas por región (Ventas totales)

| € Miles | YTD Sep 2017 | YTD Sep 2016 | % var vs LY |
|------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| España | 149,522 | 147,062 | 1.7% |
| Europa & Medio oriente | 218,022 | 219,051 | (0.5%) |
| America, Africa & Asia | 97,409 | 187,184 | (48.0%) |
| Otros | 17,326 | 22,776 | (23.9%) |
| Total | 482,279 | 576,073 | (16,3%) |

Los 10 productos más vendidos (ventas netas)

| € Miles | YTD Sep 2017 | YTD Sep 2016 | % var vs LY |
|----------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Ebastel y otros (ebastine) | 44.315 | 45.961 | (3,6%) |
| Tesavel & Efficib (sitagliptine) | 35.847 | 34.997 | 2,4% |
| Ciclopoli (ciclopirox) | 34.268 | 29.347 | 16,8% |
| Solaraze (diclofenac sodium) | 25.908 | 28.128 | (7,9%) |
| Decoderm y otros (flupredniden) | 18.885 | 18.861 | 0,1% |
| Almax (almagate) | 18.612 | 18.531 | 0,4% |
| Sativex (tetrahidrocannabinol) | 17.769 | 14.062 | 26,4% |
| Airtal y otros (aceclofenac) | 15.688 | 17.722 | (11,5%) |
| Veltin (clindamycin & tretinoin) | 14.438 | 8.575 | 68,4% |
| Imunorix (pidotimod) | 13.765 | 11.552 | 19,2% |
| Otros | 242.785 | 348.335 | (30,3%) |
| Total Ventas Netas | 482.279 | 576.073 | (16,3%) |

Para más información, por favor contacte con:

Pablo Divasson del Fraile
Corporate Comms. & Investor Relations
Tel. +34 93 291 3087
pablo.divasson@almirall.com

O visite nuestra web: www.almirall.com