

Expertos en
nutrición y
control del peso



Resultados 2015

26 de febrero de 2015



El presente documento ha sido preparado por NATURHOUSE HEALTH S.A. (“NATURHOUSE” o la “Sociedad”), exclusivamente para su uso en las presentaciones con motivo del anuncio de los resultados de la Compañía correspondientes al ejercicio 2015. NATURHOUSE no autoriza su divulgación, publicación ni utilización por ninguna otra persona física o jurídica con una finalidad distinta a la arriba expresada salvo con el consentimiento previo, expreso y por escrito de NATURHOUSE ni, en consecuencia, asume ninguna responsabilidad por el contenido del documento si este es utilizado con una finalidad distinta a la expresada anteriormente sin contar con la autorización de la Sociedad.

Se advierte que la información contenida en el presente documento no ha sido auditada por los auditores de la Sociedad y ha sido resumida. La información y cualesquiera de las opiniones y afirmaciones contenidas en este documento no han sido verificadas por terceros independientes y, salvo cuando se indica expresamente otra fuente, han sido elaboradas por la Sociedad.

El presente documento contiene previsiones o estimaciones relativas a la evolución de negocio y resultados de la Compañía en el futuro. Estas previsiones responden a la opinión y expectativas actuales de NATURHOUSE HEALTH, S.A. Dichas previsiones por su propia naturaleza inciertas, están afectadas por riesgos, entre los que se encuentran los recogidos en el Folleto informativo de la oferta de venta y admisión a negociación de las acciones de NATURHOUSE, que fue aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores y quedó registrado en sus registros oficiales el 9 de abril de 2015 y está a disposición de los inversores en las páginas web del emisor (www.naturhouse.com) y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (www.cnmv.es). Estos riesgos podrían ocasionar que los resultados reales difieran significativamente de dichas previsiones o estimaciones.

Lo expuesto en este documento debe de ser tenido en cuenta por todas aquellas personas o entidades que puedan tener que adoptar decisiones o elaborar o difundir opiniones relativas a valores emitidos por NATURHOUSE HEALTH SA, y en particular por los analistas que manejen el presente documento.

Este documento no constituye una oferta de venta o suscripción ni una invitación a suscribir o adquirir acciones de NATURHOUSE ni valor diferente alguno en España ni en ninguna otra jurisdicción

- 1. Principales Magnitudes.**
- 2. Claves del periodo.**
- 3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada.**
- 4. Ventas por países.**
- 5. EBITDA por países.**
- 6. Evolución Margen EBITDA.**
- 7. Evolución de los Centros.**
- 8. Caja Neta y Dividendos.**
- 9. Balance Consolidado.**
- 10. Conclusiones.**
- 11. Hechos Relevantes.**

“Positivos con 2016. Naturhouse continuó creciendo en enero”

2.123 tiendas abiertas y un 70,4% del guidance 2015-16 cumplido.

3º trimestre consecutivo de aperturas netas de tiendas en España, lo que no ocurría desde 2008.

Caja Neta de 15 mn de €, tras haber repartido dividendos por importe de 14 mn de €.

Acordado reparto de 4,95 mn de € en dividendos sobre resultados de 2015. Payout del 83,1% (19 mn de € - 0,316 €/acc) vs 80% previsto.

	2014	2015	%
Ventas	95.731	95.792	0,1%
EBITDA	33.702	33.790	0,3%
Margen EBITDA	35,2%	35,3%	
Beneficio Neto	22.560	22.860	1,3%
Centros	1.954	2.123	169
Países	26	29	3
Caja Neta	10.778	14.940	38,6%
Rentabilidad por dividendo*	N/S	6,9%	

Datos en miles de euros

NOTA: Las ventas de 2014, incorporan ingresos no recurrentes por importe de 1,3 mn €, derivados de la decisión táctica de abandonar el negocio de ventas de productos a herbolarios en España desde fin de 2014 (1,02 mn €) y de la venta de los máster franquicia de Suiza, Túnez y Eslovenia (0,28 mn de €). Descontando estos efectos las ventas hubieran crecido un 1,45%.

** Calculado sobre precio medio de cotización de 2015.*

❑ **Las ventas han aumentado hasta 95,8 mn € (+0,1% vs 2014). Destacar que la cifra de 2014 incluía ingresos no recurrentes por importe de 1,3 mn €, 0,28 mn de € provenientes de la venta de máster franquicias (Suiza, Túnez y Eslovenia) y 1,02 mn de € derivados de las ventas de productos a Herbolarios, actividad que cesó en 2014. Excluyendo ambos efectos las ventas hubieran crecido un 1,45%.**

Destaca un trimestre más el crecimiento del área internacional (+2,8%) encabezado por Francia (+3,3%) y Polonia (+26,5%) y el freno en el deterioro de los mercados español e italiano.

Atendiendo al tipo de centro, las ventas a franquicias han aumentado, mientras que las de centros propios se han visto afectadas por el traspaso de centros especialmente en Francia y España.

❑ **El Margen Bruto mejora hasta el +70,9% vs 70% de 2014, gracias a la reducción de los costes de aprovisionamiento (-3,1%).**

❑ **El EBITDA se ha situado en 33,8 mn € (+0,3% vs 2014).** En 2015 destaca (i) un aumento de los alquileres derivado de la estrategia del Grupo de entrar en centros comerciales, (ii) la incorporación por primera vez del Consejo de Administración (0,246 mn €) y (iii) los gastos derivados de estar cotizando en Bolsa. Por países destaca la positiva evolución del EBITDA de Francia (+10%) y Polonia (+36%).

❑ **El Margen EBITDA aumenta hasta el 35,3%, situándose nuevamente por encima del nivel alto del rango del guidance 2015-16 (30%-35%) y por encima de la media de nuestro sector.**

❑ **El Resultado Neto ha ascendido a 22,9 mn €, (+1,3% vs 2014), gracias a la mejora de la evolución del negocio y a la mayor contribución de Ichem (+0,93 mn €; +36% vs 2014).** Destaca el efecto de 0,2 mn de € por el deterioro de 2 centros propios en Portugal.

❑ **Nuevo record histórico en el número de centros (2.123 vs 1.954 a cierre de 2014), tras la apertura de 169 centros en 2015, lo que supone una cifra casi tres veces superior a las aperturas netas registradas en 2014 (+64) y haber cumplido el 70% del guidance 2015-16.**

❑ **Por áreas geográficas, destaca la buena evolución del mercado internacional (ventas +2,8%, y EBITDA +7% y 172 aperturas netas vs cierre 2014) y el freno en el deterioro de los mercados español (3º trimestre consecutivo con aperturas netas positivas (+3 en 2T15, +7 en 3T15 y +3 en 4t15)) e Italiano (+21 aperturas netas)**

❑ **2015 cerró con una posición de caja neta de 15 mn €, tras haber repartido dividendos a cuenta por importe de 14,05mn € y haber reducido la deuda financiera en 4 mn de € (-45%).**

❑ **El Consejo de Administración ha propuesto el pago de un dividendo el próximo 4 de mayo, por importe de 4,95 mn de € con cargo a los resultados de 2015, lo que supone un payout del 83,1%, por encima del guidance 2015-2016, y pone de manifiesto una vez más, la elevada capacidad de generación de caja de la Compañía y el interés en maximizar la remuneración al accionista. Dicho dividendo será sometido a aprobación en la próxima Junta General de Accionistas.**

	2014	2015	Var %
Ingresos Negocio Naturhouse	94.427	95.792	1,45%
Ingresos Retail ⁽¹⁾	1.024	0	-100%
Ingresos Master Franquicia	280	0	-100%
Ventas Totales	95.731	95.792	0,1%
Aprovisionamientos	-28.708	-27.832	-3,1%
Margen Bruto	67.023	67.960	1,4%
<i>Margen Bruto</i>	<i>70,0%</i>	<i>70,9%</i>	
Personal	-17.403	-17.970	3,3%
Otros Gastos Operativos	-16.614	-17.008	2,4%
Otros Ingresos	696	808	16,1%
EBITDA	33.702	33.790	0,3%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>35,2%</i>	<i>35,3%</i>	
Deterioros y Amortizaciones	-1.241	-1.316	6,0%
EBIT	32.461	32.475	0,0%
<i>Margen EBIT</i>	<i>33,9%</i>	<i>33,9%</i>	
Resultados Financieros	-198	-261	31,8%
Part. Puesta en Equivalencia (Ichem)	680	926	36,2%
BAI	32.943	33.139	0,6%
Impuestos	-10.449	-10.376	-0,7%
Minoritarios	66	97	47,0%
Beneficio Neto	22.560	22.860	1,3%
<i>Margen sobre Beneficio Neto</i>	<i>23,6%</i>	<i>23,9%</i>	

Datos en miles de euros

Nota 1: Los ingresos retail, se corresponden con ventas a herbolarios de productos, actividad que cesó en 2014.

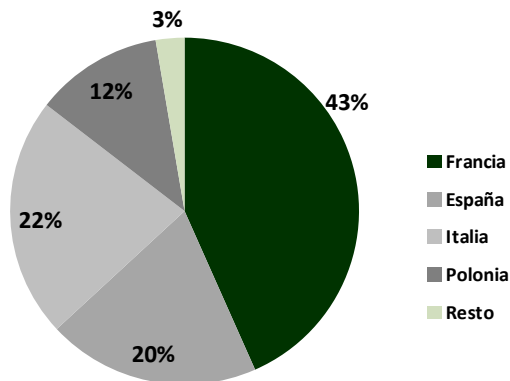
La evolución de los principales mercados en 2015 y los datos de enero, nos permiten pensar en un 2016 positivo

Evolución de ventas por países

	2014	2015	var %
Francia	40.177	41.522	3,3%
España	20.940	18.944	-9,5%
Italia	22.958	21.384	-6,9%
Polonia	8.998	11.382	26,5%
Resto	2.659	2.560	-3,7%
Total	95.731	95.792	0,1%
Área Internacional	74.791	76.848	2,8%

En miles de euros

Contribución ventas por países



Francia:

- ✓ Continúa siendo uno de los motores de crecimiento del Grupo.
- ✓ Demanda para apertura de nuevos centros.

España:

- ✓ Excluyendo el efecto de los ingresos no recurrentes las ventas hubieran descendido un -3,5% vs -10% de 2014 y -11% de 2013.
- ✓ En 4T15 excluyendo los ingresos no recurrentes, las ventas hubieran permanecieron un 0,4% por debajo del nivel de 2014.
- ✓ Las ventas se han visto afectadas por el menor número de centros y por los traspasos a franquiciados.
- ✓ 3º trimestre consecutivo registrando aperturas netas de centros (+3 en 2T15, +7 en 3T15 y +3 en 4T15), lo que no ocurría desde 2008.
- ✓ Esperamos un 2016 positivo. Ventas de enero 2016 superiores a las de enero 2014.

Italia:

- ✓ Se constata el freno en el deterioro de Italia (ventas 1S15, -8,21% vs 2T15 -5%).

Polonia:

- ✓ Excelente evolución de las ventas (+26,5%) gracias a la apertura de centros (+51 vs 2014)
- ✓ En 2016 continuará siendo uno de los motores de crecimiento del Grupo.

Resto:

- ✓ Portugal: positiva evolución del negocio en Portugal.
- ✓ Reino Unido: apertura de la primera franquicia.
- ✓ Alemania: Apertura de la primera franquicia.
- ✓ EEUU: Apertura de la primera tienda en Miami en 4T15.
- ✓ Suiza: Apertura de la 3º franquicia, superando las previsiones internas de la compañía.

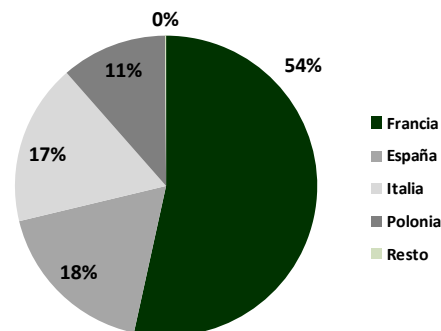
Mejora del EBITDA por encima de las ventas, poniéndose de manifiesto una vez más, los esfuerzos continuos de la compañía en mejorar en términos de eficiencia operativa

Evolución de EBITDA por países

	2014	2015	var %
Francia	16.468	18.096	10%
España	7.766	6.035	-22%
Italia	6.709	5.852	-13%
Polonia	2.819	3.846	36%
Resto	-60	-39	35%
TOTAL	33.702	33.790	0,3%
Area Internacional	25.936	27.756	7,0%

En miles de euros

Contribución EBITDA por países



❑ El EBITDA aumenta un 0,3% vs 2014 hasta los 33,8 mn €, gracias a la mejora del EBITDA de Francia (+10%) y Polonia (+36%).

✓ Los gastos operativos aumentan un 2,4% debido principalmente al aumento de los gastos de alquileres, los gastos de cotizar en Bolsa y los derivados de la incorporación del Consejo de Administración (0,246 mn de €).

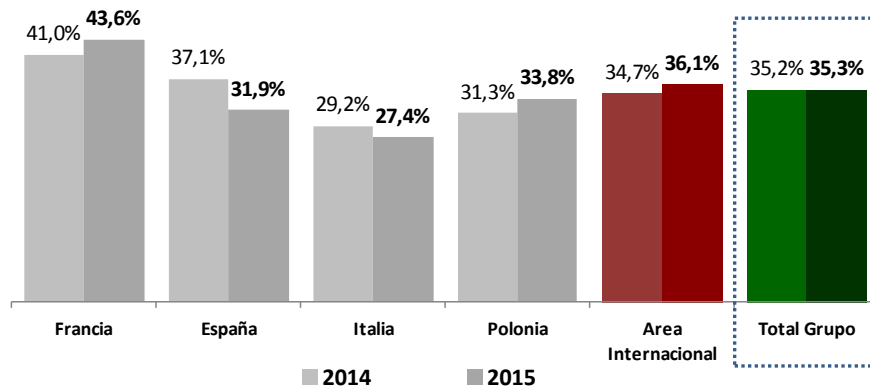
✓ En 4T15 la Compañía ha procedido a una reasignación de los costes de la estructura del Grupo a los distintos países (*hasta ahora incluidos en España*) motivo por el cual se producen variaciones en los crecimientos de EBITDA de los países con respecto a la cifras publicadas durante los 3 primeros trimestres del año. Dicha reclasificación no tiene ningún impacto en el EBITDA del Grupo, manteniéndose el mismo en la misma línea que venía presentando en los trimestres precedentes.

❑ El EBITDA de España, continúa afectado como consecuencia del mayor gasto de publicidad (+1,9 mn € en 2015 vs +1,1 mn € en 2014), derivado de la apuesta por la Compañía por la recuperación del país, que esperamos se termine de materializar en los próximos trimestres.

❑ El EBITDA de Italia, además de por el impacto de la reclasificación de los costes de estructura del Grupo llevada a cabo en 4T15, se ha visto afectado por el aumento de los costes de alquileres, derivados de la mayor presencia en centros comerciales.

Mejora del margen EBITDA hasta el 35,3%, continuando por encima de la media del sector y de la parte alta del guidance 2015-16 (30%-35%)

Evolución de Margen EBITDA por países



❑ El margen EBITDA mejora hasta el 35,3%, gracias a

- ✓ La mayor contribución de Francia
- ✓ La mejora del margen Bruto hasta los 68 mn de €, lo que supone un 1,4% más que en 2014,

❑ Margen EBITDA del área internacional del 36,1% vs 34,7% de 2014.

❑ Deterioro del margen EBITDA en Italia como consecuencia de los mayores gasto de alquileres, fruto de la decisión táctica de aumentar presencia en centros comerciales, que no sólo servirán para impulsar las ventas en el futuro, sino que también contribuirán a incrementar la notoriedad de la marca Naturhouse.

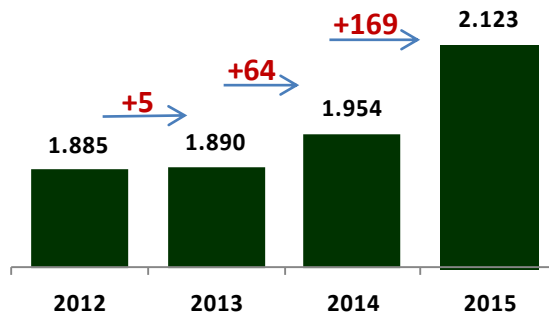
❑ El Margen EBITDA de España se ha visto afectado por el mayor gasto en publicidad y marketing por importe de 0,8 mn €, derivado de la apuesta firme de la compañía por la recuperación del mercado doméstico y por el aumento del aumento de presencia en centros comerciales.

2.123 centros, 4º máximo histórico consecutivo.

+169 aperturas netas en 2015, y un 70% del guídance 2015-16 cumplido.

Tal como anunciamos en la OPV, España cerró 2015 prácticamente con el mismo número de tiendas con las que comenzó el ejercicio.

Total Centros



Desglose aperturas netas:

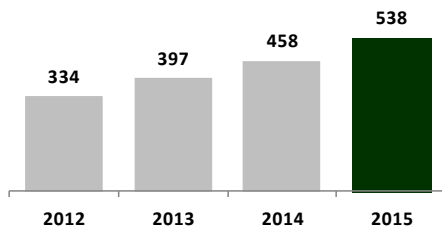
+169 {
+140 nuevas franquicias
+16 nuevos máster franquicia
+13 centros propios

72% de los centros fuera de España.

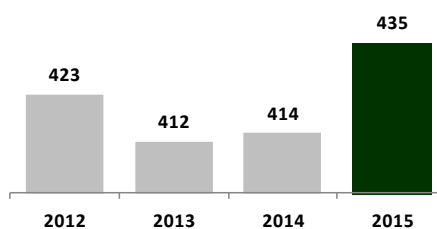
- ✓ Francia (+80) y Polonia (+51) continúan liderando las aperturas netas de centros.
- ✓ España registra +13 aperturas netas desde 2T15, recuperando prácticamente los 16 cierres de 1T15, lo que supone encadenar 3 trimestres consecutivos de aperturas netas. Hecho que no ocurría desde 2008 y que constata que la recuperación del país esta en marcha.
- ✓ Italia abre 21 tiendas, lo que supone entrar en la senda de crecimiento que ya se anunciaba en 2014.
- ✓ 16 nuevos centros masterfranquiciados, hasta alcanzar 177 centros en todo el mundo.

1.783 de los centros son franquicia, el 163 centros propios y 177 máster franquicias

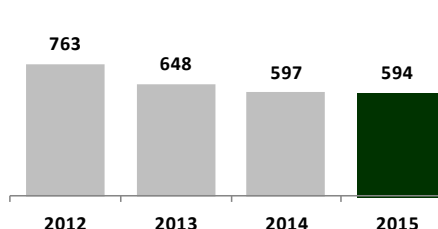
Francia



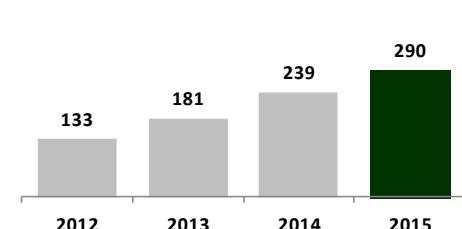
Italia



España



Polonia



Aperturas Netas



80

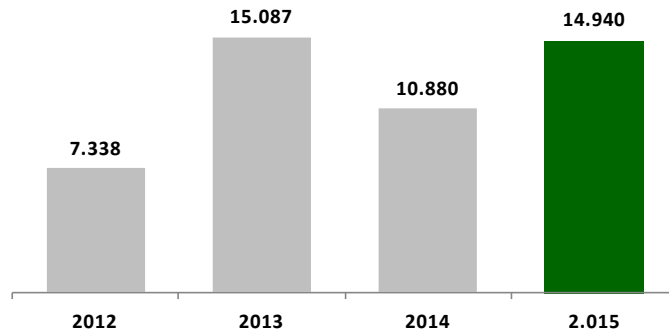
21

-3

51

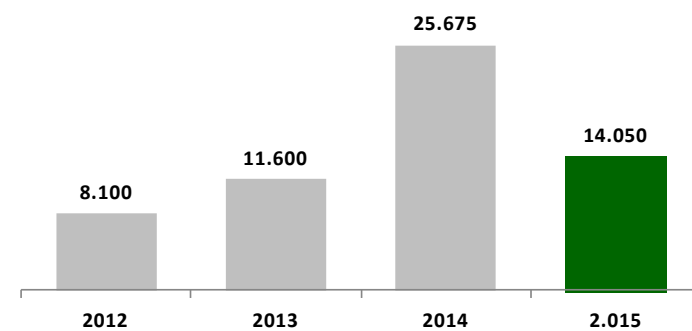
19 mn de € en dividendos sobre los resultados de 2015, lo que sitúa el payout en el 83%, superándose el guidance de 80% aportado por la compañía con motivo de la salida a Bolsa

Caja Neta



Datos en miles de euros

Dividendos



Datos en miles de euros

Nota 1: Los datos de 2012, 2013 y 2014 incluyen SAS Naturhouse en todos los periodos

Nota 2: De los 11,05 mn € de 1515, 8,5 mn € se corresponden en su práctica totalidad con el resultado generado por las filiales de Naturhouse Health SA en el ejercicio 2014 y el resto con el resultado de Naturhouse Health SA y sus sociedades dependientes en 2015, hasta el 31 de julio.

- ❑ La caja neta a cierre de 2015 se ha situado en 15 mn €, tras haber repartido dividendos por importe de 14,05 mn de €.
- ❑ El Consejo de Administración ha propuesto el pago de un dividendo el próximo 4 de Mayo, con cargo a los resultados de 2015, por importe de **4,95 mn €**, poniéndose de manifiesto una vez más la elevada capacidad de generación de caja de la Compañía y el interés en maximizar la remuneración al accionista. Dicho dividendo será sometido a aprobación en la próxima Junta General de Accionistas.
- ❑ El pago del dividendo propuesto sitúa la rentabilidad por dividendo en 6,9%, tomando como referencia el precio medio de cotización de Naturhouse en 2015 (4,62 €/acción) y un 8,23% tomando como referencia el precio de cierre de ejercicio (3,85 €/acc).

	2.014	2.015
Inmovilizado Intangibles	2.345	2.193
Inmovilizado Material	5.522	5.025
Activos Financieros no Corrientes	757	813
Inversiones en Empresas Asociadas	2.749	3.140
Activos por Impuestos Diferidos	458	369
ACTIVO FIJO	11.831	11.540
Existencias	3.925	3.541
Clientes	5.564	5.542
Otros Activos Corrientes	683	876
Participaciones en Compañías Vinculadas	11.007	0
Activos Financieros	42	42
Efectivo y Equivalentes	8.659	19.830
ACTIVO CIRCULANTE	29.880	29.831
TOTAL ACTIVO	41.711	41.371
FFPP	15.371	22.016
Provisiones no Corrientes	798	1.044
Deuda Financiera LP	4.363	2.930
Pasivos por Impuestos Diferidos	456	478
PASIVO FIJO	5.617	4.452
Deuda Financiera CP	4.525	1.960
Pasivos con Compañías Vinculadas	2.007	1.445
Proveedores	4.621	4.776
Proveedores Partes Vinculadas	6.369	4.424
Pasivos por Impuestos Corrientes	3.201	2.298
PASIVO CIRCULANTE	20.723	14.903
TOTAL PASIVO	41.711	41.371

En miles de euros

❑ Posición de caja neta de 15 mn € a cierre 2015, tras haber repartido dividendos por importe de 14,05 mn € (8,5 mn € con cargo en su práctica totalidad a los resultados de las filiales de Naturhouse Health SA en el ejercicio 2014 y el resto con cargo a resultado acumulado en 2015 por Naturhouse Health SA y sus sociedades dependientes)

❑ Reducción de la deuda financiera bruta en un 45% (-4 mn €)

❑ ROE ⁽¹⁾ 2015 del 104%.

❑ ROA ⁽²⁾ 2015 del 55%.

(1) ROE= Resultado neto/Fondos Propios

(2) ROA= Resultado neto/Total Activo

□ **Nuestra estrategia continuará siendo la misma de siempre, porque se ha demostrado acertada y esta basada en**

❖ Crecimiento nacional e internacional mediante la apertura neta de centros, fundamentalmente franquicias

✓ *Foco en nuestros países principales y en nuevos, especialmente UK, Alemania y USA, por ser países con alta renta percapita y densidad de población elevada, lo que nos permite generar márgenes elevados.*

✓ *Políticas encaminadas a aumentar el ticket medio por clientes.*

✓ *Traspaso de centros propios a franquiciados*

✓ *Apertura de nuevos master franquiciados*

❖ Eficiencia operativa. Búsqueda continuada de medidas que nos permitan mejorar nuestros márgenes.

❖ Medidas formativas, que nos permitan mantener una alta calidad de servicio.

❖ Foco en maximizar la generación de caja y la retribución al accionista.

✓ *Reiteramos nuestro guidance de mantener un payout > 80% en 2016*

❖ Mantener la solidez del balance

□ **Esperamos que esta estrategia nos permita cumplir el guidance 2015-16: EBITDA > 30%-35%, 240 aperturas netas y payout > 80%.**

Alta capacidad de generación de caja

15 mn de euros de caja neta tras haber repartido 14,05 mn de euros en dividendos

Excelente ritmo de apertura de centros y un 70% del guidance 2015-16 cumplido

2.123 centros en 29 países
169 aperturas netas y 3 nuevos países
España encadena 3 trimestre consecutivos de aperturas netas de centros.

Mejora en las principales variables de la cuenta de resultados

EBITDA ; 33,8 mn€; +0,3%
Resultado Neto: 22,9 mn € ; +1,3%

*Propuesto un dividendo de 4,95 mn de euros, lo que supone superar el guidence en términos de payout (83,1% vs 80% previsto) y situar la rentabilidad por dividendo en 6,9%**



Positivos con la evolución del grupo en 2016: Naturhouse vuelve a crecer en Enero

Hechos Relevantes del Periodo

- ❑ **24 de abril de 2015:** Fijación del precio definitivo de la oferta de venta de acciones y firma del contrato de aseguramiento de la oferta
- ❑ **12 de mayo de 2015:** La sociedad remite información sobre los resultados del primer trimestre de 2015.
- ❑ **20 de mayo de 2015:** Información sobre aperturas netas de centros 4 primeros meses de 2015.
- ❑ **2 de mayo de 2015:** NATURHOUSE informa sobre el ejercicio de la opción de compra green shoe respecto de 1.097.637 acciones y de las operaciones durante el periodo de estabilización.
- ❑ **7 de julio de 2015:** Comunicación de la constitución de una filial en Lituania.
- ❑ **27 de julio de 2015:** La sociedad remite la presentación sobre los resultados del primer semestre de 2015
- ❑ **11 de noviembre de 2015:** La sociedad remite información sobre los resultados del tercer trimestre de 2015
- ❑ **4 de diciembre de 2015:** Formulario para la difusión del Estado miembro de origen
- ❑ **4 de diciembre de 2015:** Comunicación sobre la información solicitada a las sociedades cotizadas en relación con determinadas disposiciones de la Ley de Sociedades de Capital que forman parte de las normas de ordenación y disciplina de mercado de valores
- ❑ **14 de diciembre de 2015:** Contrato de liquidez
- ❑ **18 de diciembre de 2015:** Centros a cierre de Noviembre 2015

Hechos Relevantes posteriores al cierre del Periodo

- ❑ **20 de enero de 2015:** Aperturas netas de 2015



CONTACTO

María Pardo Martínez
Directora de Relación con Inversores
Teléfono: +34 914323953
Email: accionista@naturhouse.com