



Publicación de los resultados anuales 2015

Natra afianza su recuperación y obtiene un beneficio neto de 4,5 millones en 2015

- Los ingresos comparables crecen un 9% hasta los 368,7M€ impulsados por el importante crecimiento de las ventas en América hasta los 44,3 M€ (+51,6%), junto con el buen comportamiento del resto de mercados
- El EBITDA comparable aumenta hasta los 21,1M€ (9,9M€ en 2014) como consecuencia de la mejora en los precios de venta así como en los de compra de materias primas, junto con la reducción de costes operativos
- El acuerdo de refinanciación permite reducir la deuda financiera neta hasta los 144,2M€ (161,1M€ en 2014)

Madrid, 1 Marzo de 2016 (Ticker: NAT.MC). Los resultados para el ejercicio 2015 de Natra, compañía multinacional referencia en la producción y elaboración de productos de chocolate y derivados del cacao, reflejan la consolidación de la tendencia creciente de las ventas y una mayor rentabilidad de las mismas. Asimismo, el cierre de la fase de reestructuración financiera supone por un lado la reducción de la deuda, y por otro una mejora en las condiciones de la misma.

Resultados – Tabla resumen

| (millones de Euros) | Ene-Dic 2014 | Ene-Dic 2015 | Var. % |
|----------------------------------|--------------|--------------|------------|
| Ingresos | 339,5 | 368,7 | 8,6% |
| <i>División Consumo</i> | 229,8 | 259,2 | 12,8% |
| <i>División Industrial</i> | 109,6 | 109,4 | -0,2% |
| EBITDA | 9,9 | 21,1 | 113,1% |
| Resultado Financiero Neto | -22,1 | -0,6 | <i>n.d</i> |
| Beneficio Neto Atribuido | -54,5 | 4,5 | <i>n.d</i> |
| Deuda Financiera Neta | 161,1 | 144,2 | -10,5% |

- A nivel de **ingresos** cabe destacar el crecimiento sostenido a lo largo de todos los trimestres del ejercicio 2015, destacando el primer semestre durante el cual aumentaron un 15%.

Por **Divisiones**, la de Consumo (tabletas, barritas, untables, bombones y especialidades belgas) lidera el crecimiento de ventas, mientras que la División Industrial (pasta, polvo y manteca de cacao, así como chocolate líquido y en polvo) aunque mantiene un nivel similar de ventas, contribuye de forma importante en la mejora de la rentabilidad al mejorar el mix de productos vendidos incrementándose aquellos con mayor valor añadido.

En **términos geográficos**, el **mercado americano** aporta la mayor contribución al crecimiento representando ya el 12% del total de ventas. Ambas divisiones evolucionan muy positivamente en este mercado, registrando en los doce meses del ejercicio un incremento del 51,6% en las ventas hasta alcanzar los 44,3M€.

En **EMEA (Europa, Oriente Próximo y África)** las ventas totales en esta área aumentan hasta los 305,7M€ (+4,1%) representando el 82,9% sobre los ingresos totales.

La región de **Asia y Pacífico (APAC)** experimentó también una favorable evolución de sus cifras de ventas, creciendo en su conjunto un 13,6% respecto al 2014 hasta los 18,7M€, lo cual representa un 5,1% del total de las ventas.

➤ La **rentabilidad (EBITDA)** del Grupo se ha visto mejorada considerablemente respecto al ejercicio 2014, siendo los factores explicativos los siguientes:

1. Capacidad de negociación del Grupo en la mejora de los precios de venta finales.
2. Mejora en la política de compras global y en la gestión del riesgo en la adquisición de las principales materias primas.
3. Política de contención de costes operativos, especialmente en la División de Consumo.

➤ A nivel de **balance** y como consecuencia del acuerdo de reestructuración financiera alcanzado a finales del año 2015, podemos observar respecto al 2014 lo siguiente:

1. Una reducción de la deuda financiera neta en 16,93M€ hasta los 144,17M€. Ello representa una disminución del 10,5% respecto a diciembre del 2014.
2. El restablecimiento del fondo de maniobra, lo que ha permitido ir mejorando las condiciones de servicio, fundamentales para la recuperación de las ventas.
3. La deuda resultante de la refinanciación incorpora unas mejores condiciones tanto a nivel de alargamiento de los plazos como de los costes.

Respecto a la emisión de Obligaciones Convertibles, cuyo período de suscripción preferente finalizó el 20 de enero de 2016, finalmente las entidades bancarias y accionistas suscribieron un total de 110.836 obligaciones convertibles por un importe nominal conjunto de 14.763.355 euros.

Según Juan Dionis, Consejero Delegado de Natra: *“Tras la reestructuración de la deuda y la mejora de la eficiencia operativa, la compañía ha sentado las bases para hacer sostenible la tendencia de crecimiento junto con los niveles de rentabilidad positiva del Grupo”*.

Sobre Natra

Natra es una multinacional de origen español, referencia en Europa en la producción y elaboración de productos de chocolate y derivados del cacao, con un enfoque especializado hacia la marca de distribución y otras compañías de alimentación.

Natra cuenta con una división de producto de consumo, desde la que elabora barritas de chocolate, bombones y trufas belgas, tabletas de chocolate y cremas untables, que comercializa principalmente en Europa, siendo Alemania, Francia, Bélgica, Holanda, España y Reino Unido sus principales mercados.

Adicionalmente, desde la división de producto industrial, Natra suministra productos derivados del cacao (principalmente polvo y manteca de cacao y cobertura de chocolate) para la industria de alimentación internacional.

La compañía dispone de un total de seis centros de producción especializados, en España, Bélgica, Francia y Canadá, además de presencia comercial permanente en Europa, Estados Unidos y Asia.

Junto a su principal actividad en la industria del chocolate, la compañía ostenta una participación accionarial en la compañía Laboratorio Reig Jofre, resultado de la fusión con Natraceutical la cual, al igual que Natra, cotiza en el Mercado Continuo.

Para más información:

IR Capital - Comunicación:

cori@ircapital.es 654 105 955

carlos@ircapital.es 649 412 222