

Expertos en
nutrición y
control del peso



Resultados Tercer Trimestre 2015

11 de noviembre 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 tercer trimestre del 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.**

“+129 aperturas netas a cierre de 3T15, más del doble de las registradas en todo 2014 y un 54% del guidance 2015-16 cumplido en sólo 9 meses”.

“Incremento del Resultado Neto hasta los 18,7 mn de € (+1,3%)”

“Freno significativo del deterioro de España e Italia en 3T15”

“Caja Neta de 10,05 mn € tras haber repartido 14,05 mn de € en dividendos”

	3T14	3T15	%
Ventas	74.079	74.121	0,1%
EBITDA	26.858	27.005	0,5%
Margen EBITDA	36,3%	36,4%	
Beneficio Neto	18.425	18.666	1,3%
Centros	1.954*	2.083	129
Países	26*	29	3
Caja Neta	10.778*	10.053	

Datos en miles de euros

* Dato a cierre de 2014

NOTA: Las ventas de 3T14, incorporan ingresos no recurrentes por importe de 0,9 mn €, derivados de la decisión táctica de abandonar el negocio de ventas de productos a herbolarios en España desde fin de 2014 (0,66 mn €) y de la venta de los máster franquicia de Suiza y Eslovenia (0,25 mn de €). Descontando estos efectos las ventas hubieran crecido un 1,3%.

Las ventas se han visto afectadas por el traspaso de centros propios de Francia y España a centros franquiciados

Excelente ritmo de apertura de centros (+129), señal del creciente interés por los centros Naturhouse

Las ventas se han situado en 74,12 mn € (+0,1%), siendo especialmente destacable el crecimiento del área internacional (+2,8%) encabezado por Francia y Polonia, que han crecido respectivamente un +4,5% y un +23%.

Las ventas de 3T14 incluyen ingresos no recurrentes por importe de 0,25 mn € provenientes de la venta de máster franquicias (*Suiza y Eslovenia*) y de 0,66 mn de € de las ventas de productos a Herbolarios, actividad que cesó en 2014. **Excluyendo estos efectos las ventas hubieran crecido un 1,3%.**

Las ventas se han visto afectadas, por el traspaso de centros propios en Francia y España

El Margen Bruto, mejora hasta el +70,5% vs +69,8% de 3T14, como consecuencia de la reducción de los costes de aprovisionamiento en un -2,5%.

El EBITDA ha ascendido hasta 27 mn € (+0,5%) vs 26,8 mn € de 3T14, derivado del incremento de las ventas y de las mejoras de eficiencia operativa, que continuamente lleva a cabo la compañía. Destaca la evolución del EBITDA de Francia (+16%), Polonia (+21%) y especialmente de Italia (0% a 3T15 estanco vs -11% a cierre de 2T15). Por otra parte, el EBITDA se ha visto afectado por el incremento de gastos de publicidad (+3%) derivado del mayor gasto en España (+1,8 mn € vs 0,83 mn € a 3T14).

El Margen EBITDA se situó en el 36,4% vs 36,3% de 1S14, 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 se ha situado en 18,7 mn €, (+1,3 % vs 3T15), gracias a la mejor evolución del negocio en general, los menores gastos financieros (-58%) y la mayor contribución de Ichem (+0,75 mn €; +35% vs 3T14).

Nuevo record histórico en el número de centros (2.083 vs 1.951 a 3T14 y 1.954 a cierre de 2014), tras la apertura de 129 centros a 3T15, lo que supone una cifra dos veces superior a las aperturas netas registradas en 2014 (+64) y haber cumplido el 54% del guidance 2015-16, en sólo 9 meses.

Durante el tercer trimestre se han registrado 37 aperturas netas (vs -3 en 3T14), lo que supone un record en el trimestre de los últimos 3 años. Destacar que este periodo del año es tradicionalmente débil al coincidir con la época estival, por lo que este dato es una muestra más del interés del mercado por nuestro negocio.

Por áreas geográficas, destaca la buena evolución del mercado internacional (ventas +2,8%, y EBITDA +11% vs 3T14 y 122 aperturas netas vs cierre 2014) y el freno en el deterioro de los mercados español (segundo trimestre consecutivo con aperturas netas positivas (+3 en 2T15 y +7 en 3T15)) e Italiano

3T15 cerró con una posición de caja neta de 10,05 mn €, tras haber repartido dividendos a cuenta por importe de 14,05 mn €*, lo que pone de manifiesto una vez más la elevada capacidad de generación de caja de la Compañía y su capacidad de mantener una atractiva política de remuneración al accionista (payout>80%).

*De los que 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.

	3T14	3T15	Var %
Ingresos Negocio Naturhouse	73.175	74.121	1,3%
Ingresos Retail⁽¹⁾	655	0	-100%
Ingresos Master Franquicia	250	0	-100%
Ventas Totales	74.079	74.121	0,1%
Aprovisionamientos	-22.405	-21.838	-2,5%
Margen Bruto	51.674	52.283	1,2%
<i>Margen Bruto</i>	<i>69,8%</i>	<i>70,5%</i>	
Personal	-12.527	-13.626	8,8%
Otros Gastos Operativos	-12.905	-12.062	-6,5%
Otros Ingresos	616	410	-33,5%
EBITDA	26.858	27.005	0,5%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>36,3%</i>	<i>36,4%</i>	
Deterioros y Amortizaciones	-900	-1.032	14,7%
EBIT	25.958	25.973	0,1%
<i>Margen EBIT</i>	<i>35%</i>	<i>35%</i>	
Resultados Financieros	-150	-63	-58,0%
Part. Puesta en Equivalencia (Ichem)	552	745	34,9%
BAI	26.360	26.655	1,1%
Impuestos	-7.976	-8.065	1,1%
Minoritarios	41	76	84,7%
Beneficio Neto	18.425	18.666	1,3%
<i>Margen sobre Beneficio Neto</i>	<i>24,9%</i>	<i>25,2%</i>	
<i>Datos en miles de euros</i>			

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

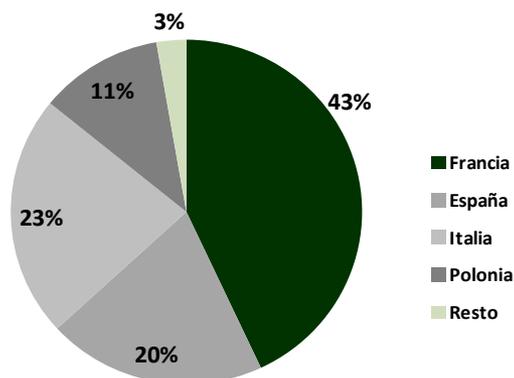
Un trimestre más se observan signos de mejora en los mercados Español e Italiano, reforzando nuestra idea de que ambos mercados están en la buena dirección para iniciar el crecimiento en los próximos trimestres

Evolución de ventas por países

	3T14	3T15	var %
Francia	30.509	31.870	4,5%
España	16.565	14.971	-9,6%
Italia	18.035	16.778	-7,0%
Polonia	6.868	8.459	23,2%
Resto	2.103	2.043	-2,9%
Total	74.079	74.121	0,1%
Área Internacional	57.514	59.150	2,8%

En miles de euros

Contribución ventas por países



Francia:

- ✓ Continúa siendo el motor de crecimiento del grupo..
- ✓ Destaca el crecimiento de las ventas a los franquiciados (+6,6% a 3T15),
- ✓ Deterioro de las ventas a las tiendas propias derivado fundamentalmente del traspaso de centros propios a franquicia.

España:

- ✓ Excluyendo el efecto de los ingresos no recurrentes (*ventas a herbolarios y venta de los máster franquicia en 2014*) las ventas en España habrían caído un -4,7%, lo que un trimestre más refuerza nuestra idea de que 2T15 fue el punto de partida para el inicio de la recuperación del país.
- ✓ Las ventas se han visto afectadas por el menor número total de centros (-13, 604 centros a 3T14 vs 591 a 3T15) y también por el menor número de centros propios, derivado del traspaso de los mismos a franquiciados.
- ✓ 2º trimestre consecutivo registrando aperturas netas de centros (+3 en 2T15 y +7 en 3T15), a pesar de que el tercer trimestre es tradicionalmente débil por coincidir las vacaciones estivales.

Italia:

- ✓ Freno significativo del deterioro de las ventas que pasan de decrecer un -8% a 2T15, a un -3,7% en 3T15 estanco, lo que refuerza nuestra idea de que el mercado Italiano esta en la buena dirección para comenzar a crecer.

Polonia:

- ✓ Excelente evolución de las ventas gracias a la apertura de centros (+45 vs 2014).

Resto:

- ✓ Reino Unido y Alemania: evolución acorde a nuestras expectativas.
- ✓ EEUU: Apertura de la primera tienda en Miami en 4T15.
- ✓ Suiza: Con posterioridad a cierre de 3T15 , apertura de 2 franquicias, poniendo de manifiesto la buena acogida de nuestro modelo en el país helvético.

Significativa mejora del EBITDA del área internacional (+11,3%)

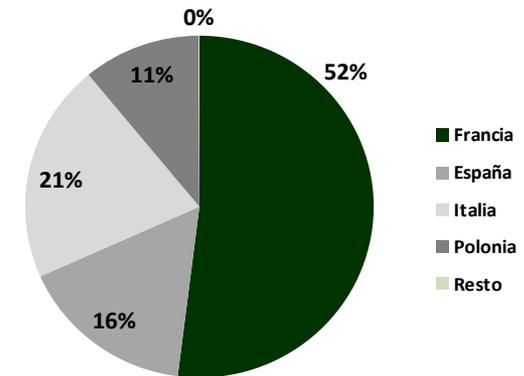
Italia, termina 3T15 con el mismo EBITDA de 3T14, recuperando en un sólo trimestre la caída acumulada 2T15 (-11%)

Evolución de EBITDA por países

	3T14	3T15	var %
Francia	12.137	14.064	16%
España	6.565	4.418	-33%
Italia	5.585	5.587	0%
Polonia	2.446	2.958	21%
Resto	127	-22	117%
TOTAL	26.859	27.005	0,5%
Area Internacional	20.294	22.587	11,3%

En miles de euros

Contribución EBITDA por países



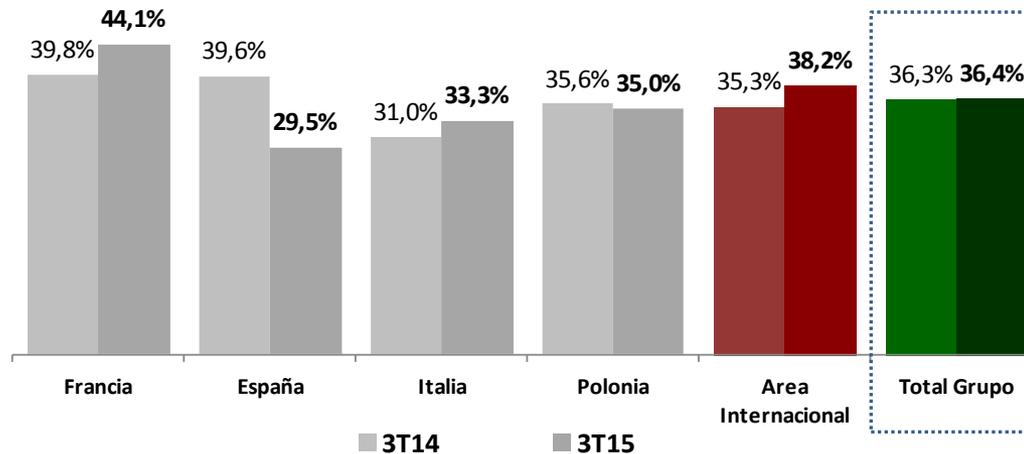
El EBITDA aumenta un 0,5% vs 3T14 hasta los 27 mn €, gracias a la mejora del EBITDA de Francia (+16%) y Polonia (+21%), así como a la mejor evolución del EBITDA en Italia que recupera lo perdido y pasa de decrecer un -11% a 1S15, a mantenerse en los mismos niveles que en el mismo periodo del año anterior.

- ✓ Gastos de Personal: Su incremento se debe a la incorporación del salario del Presidente en 2015, que en 2014 figuraba en "gastos operativos".
- ✓ Gastos Operativos: disminuyen un -6,5% vs 3T14. Destaca un aumento del gasto en publicidad del +3%, como consecuencia de la apuesta firme del Grupo por el mercado doméstico, tras constatarse síntomas de recuperación, así como unos mayores gastos de arrendamientos derivados de la estrategia del Grupo por situarse en los centros comerciales, aprovechando las mejores rentas que ofrecen los locales vs las rentas previas a la crisis. Esperamos que estos locales, cuando alcancen su maduración, además de registrar una facturación superior a la media del Grupo, sirvan para reforzar el posicionamiento de la marca Naturhouse y para atraer un mayor número de clientes y nuevos franquiciados.

El EBITDA de España, continúa afectado como consecuencia del mayor gasto de publicidad (+1,8 mn € en 3T15 vs +0,83 mn € en 1S14), derivado de la apuesta por la Compañía por la recuperación del país, que esperamos se termine de materializar en los próximos trimestres.

Mejora del margen EBITDA hasta el 36,4%, 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



Mejora del margen EBITDA que se sitúa en 36,4%, en la parte alta del rango de guidance de la compañía para 2015-2016 (30-35%) y por encima del registrado en 1S14 (36,3%), gracias a

- ✓ La mayor contribución de Francia
- ✓ Las mejoras de eficiencia operativa: -2,5% en costes de aprovisionamiento y -6,5% de la partida “otros gastos operativos”.

Margen EBITDA del área internacional del 38,2% vs 35,3% de 3T14.

El Margen EBITDA de España se ha visto afectado por el mayor gasto en publicidad y marketing por importe de 1 mn €, derivado de la apuesta firme de la compañía por la recuperación del mercado doméstico.

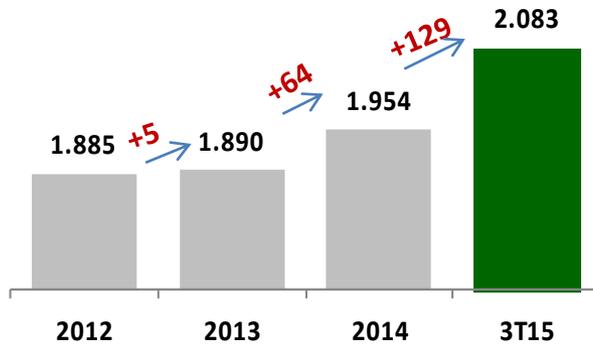
Destaca la mejora del Margen EBITDA en Italia en 3,3pb, como consecuencia de la significativa recuperación del EBITDA.

+129 aperturas netas a 3T15, más del doble de las aperturas registradas en 2014 (+64)

Cumplido el 54% del *guidance* 2015-16

+37 aperturas netas en 3T15, a pesar de ser un trimestre históricamente débil en términos de aperturas netas (-3 en 3T14)

Total Centros



Desglose aperturas netas:

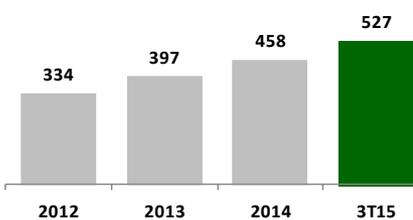
+129 {
 +114 nuevas franquicias
 +7 nuevos máster franquicia
 +5 centros propios

72% de los centros fuera de España.

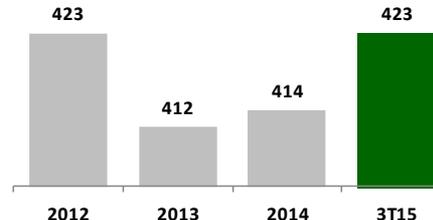
- ✓ Francia (+69) y Polonia (+45) continúan liderando las aperturas netas
- ✓ España registra +7 aperturas netas en 3T15, tras las +3 registradas en 2T15, lo que apuntala la idea de recuperación del país. Esperamos terminar el año con aproximadamente el mismo número de centros con el que cerramos 2014.
- ✓ Italia recupera los centros perdidos en 2013.

84,3% de los centros son franquicia, el 7,4% centros propios y el 8,2% máster franquicias

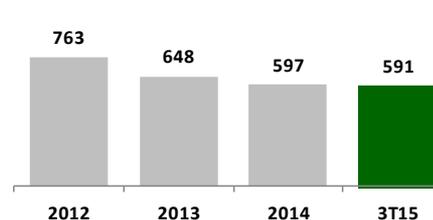
Francia



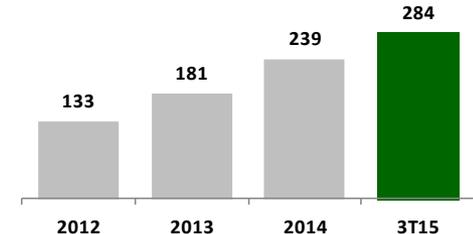
Italia



España



Polonia



Aperturas Netas



69

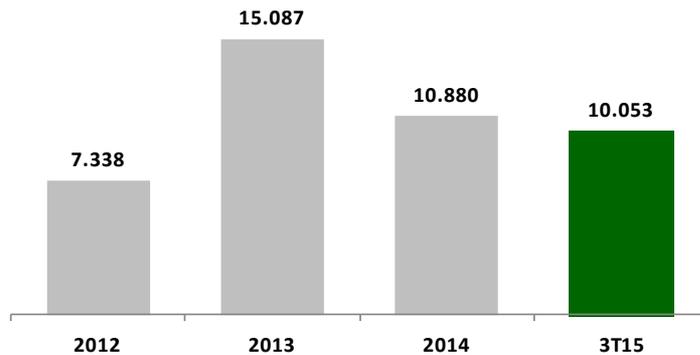
9

-6

45

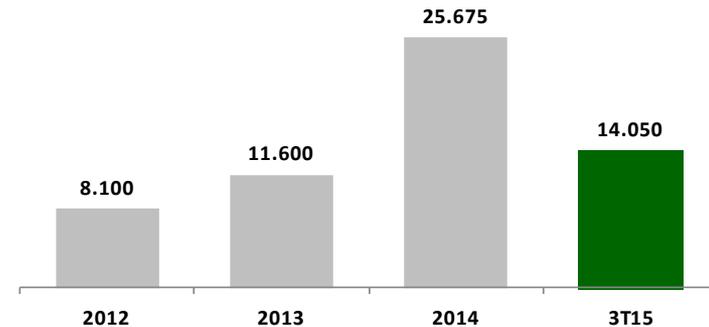
La solidez del balance y la retribución al accionista son nuestra prioridad

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 1S15, 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 3T15 se ha situado en 10,05 mn €, tras haber repartido dividendos por importe de 14,05 mn de €, lo que pone de manifiesto una vez mas la alta capacidad de generación de caja de la Compañía y la atractiva política de retribución al accionista (Payout >80%).

	2.014	3T15
Inmovilizado Intangibles	2.345	2.198
Inmovilizado Material	5.522	5.227
Activos Financieros no Corrientes	757	692
Inversiones en Empresas Asociadas	2.749	3.889
Activos por Impuestos Diferidos	458	190
ACTIVO FIJO	11.831	12.196
Existencias	3.925	3.920
Clientes	5.564	7.789
Otros Activos Corrientes	683	625
Participaciones en Compañías Vinculadas	11.007	0
Activos Financieros	42	42
Efectivo y Equivalentes	8.659	15.861
ACTIVO CIRCULANTE	29.880	28.237
TOTAL ACTIVO	41.711	40.433
FFPP	15.371	18.171
Provisiones no Corrientes	798	890
Deuda Financiera LP	4.363	4.363
Pasivos por Impuestos Diferidos	456	359
PASIVO FIJO	5.617	5.612
Deuda Financiera CP	4.525	1.445
Pasivos con Compañías Vinculadas	2.007	236
Proveedores	4.621	3.767
Proveedores Partes Vinculadas	6.369	6.241
Pasivos por Impuestos Corrientes	3.201	4.961
PASIVO CIRCULANTE	20.723	16.650
TOTAL PASIVO	41.711	40.433

En miles de euros

□ Posición de caja neta de 10,05 mn € a cierre de 3T15, 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 35% (-3 mn €).

Mejora del
Resultado Neto (+1,3%)

Excelente ritmo de apertura de
centros
(+129)

Alta capacidad de generación
de caja

Dividendos atractivos
Payout >80%

Alto potencial de crecimiento
en países actuales y en nuevos
países

- Incremento del Resultado Neto hasta 18,7 mn € (+1,3%).
- 129 aperturas netas de centros a cierre de 3T15, 54% del guidance 2015-16 cumplido, lo que pone de manifiesto la capacidad de crecimiento del Grupo en los países donde estamos presentes y en nuevos países.
 - ✓ Francia y Polonia seguirán siendo los motores del Grupo: la demanda de franquicias se mantiene a niveles elevados.
 - ✓ Recuperación de España e Italia en 2016: por aperturas de centros y aumento de la venta media por cliente.
 - ✓ Esperamos una evolución de acuerdo a lo esperado en los nuevos grandes países : UK, USA y Alemania.
 - ✓ Políticas activas para aumentar el número de países masterfranquiados.
- Posición de caja neta de 10,05 mn €.
- Atractiva política de remuneración al accionista: 14,05 mn de € en dividendos en 2015.
- Resultados positivos derivados de la implementación de medidas, encaminadas a aumentar la fidelización del cliente y el ticket medio por cliente en los países “core”.
 - ✓ Formación a franquiciados para la correcta implementación del “Método Naturhouse” en Italia y España, de acuerdo a los estándares de Francia.
 - ✓ Nuevas medidas de marketing para atraer a nuevos clientes en los “países core”.
- Presencia en países con alto potencial de crecimiento: USA, Alemania y UK.

Hechos Relevantes del Periodo

- ❑ **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



CONTACTO

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