

Expertos en
nutrición y
control del peso



Resultados Tercer Trimestre de 2016

31 de octubre de 2016

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 de 2016. 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

- Principales Magnitudes.
- Claves del periodo.
- Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada.
- Ventas por países.
- EBITDA por países.
- Evolución Margen EBITDA.
- Evolución de los Centros.
- Caja Neta y Dividendos.
- Balance Consolidado.
- Conclusiones.
- Hechos Relevantes del periodo.

“Foco en el área comercial, como base de impulso a nuestras ventas, que continúan creciendo a ritmo significativo (+3,4% vs 3T15)”

2.238 centros, 44 centros por encima del guidance previsto para 2016.

Las ventas continúan evolucionando a ritmo significativo, impulsadas por el buen comportamiento de los 4 países principales, especialmente de Italia y Polonia.

El Beneficio Neto aumenta un 1% hasta 18,85 millones de euros.

Caja Neta de 17,5 mn de €, tras haber abonado 16,95 mn de € en dividendos en 2016.

Extendemos a 2017 el compromiso de mantener el margen EBITDA en el rango 30-35% y el ratio de payout por encima del 80%.

	3T15	3T16	%
Ventas	74.121	76.614	3,4%
EBITDA	27.004	27.063	0,22%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>36,4%</i>	<i>35,3%</i>	
Beneficio Neto	18.665	18.850	1,0%
Centros	2.123*	2.238	115
Países	29*	32**	3
Caja Neta	14.940*	17.484	17,0%

Datos en miles de euros

* Dato a cierre de 2015

** Masterfranquicia de Malta, India y Hungría

❑ **Las ventas aumentaron un 3,4% hasta 76,6 mn de €, manteniéndose el ritmo de crecimiento registrado hasta junio 2016, como consecuencia de que los 4 países principales continúan mostrando tasas de crecimiento positivas. Esta mejora de los ingresos, responde:**

- ✓ Al mayor esfuerzo de la compañía en el área comercial y de marketing, a las que durante 3T16 se les han dotado de mayores recursos.
- ✓ A la estrategia de entrar en centros comerciales, que aumentan la visibilidad de nuestro negocio y sirven de escaparate para nuevos franquiciados y clientes.
- ✓ Y al buen ritmo de apertura de centros, cuya cifra pone de manifiesto nuevamente el atractivo de nuestras franquicias y el potencial de nuestra marca.

Atendiendo al tipo de centro, las ventas a franquicias continúan aumentando. Por su parte, las ventas de las tiendas propias aumentan ligeramente por primera vez en el año, debido al impulso de este tipo de centros en Italia y Francia.

❑ **El Margen Bruto se situó en 70,6%, ligeramente por encima de la cifra registrada en el mismo periodo del año anterior.**

❑ **El EBITDA se ha situado en 27,06 mn de €, superando ligeramente el obtenido en el mismo periodo del año anterior (+0,22%). El EBITDA en 3T16 se ha visto afectado por:**

- ✓ Los mayores gastos de alquileres derivados del aumento de presencia en centros comerciales en los principales países del Grupo.
- ✓ El refuerzo del área comercial con perfiles sénior incorporados en 3T16.
- ✓ Un mayor gasto en publicidad en 3T16 vs 3T15.
- ✓ La externalización de la logística en España a partir del 1 de julio, que ha supuesto unos gastos no recurrentes de 0,18 mn de €.
- ✓ Y por el efecto negativo del EBITDA de los nuevos países, especialmente de USA .

❑ **Margen EBITDA del 35,3%, situándose nuevamente por encima de la media del sector y de la parte alta del *guidance* 2015-16.**

❑ **El Resultado Neto se ha situado en 18,85 mn de €, un 1% por encima del registrado en 3T15.** Como ya adelantamos en los resultados de 1S16, la aportación de Ichem es inferior a la de 3T15, debido a un ajuste sobre la estimación que se hizo para el conjunto del año 2015.

❑ **Nuevo récord histórico en el número de centros (2.238 vs 2.123 a cierre de 2015), tras la apertura de 24 centros en 3T16 y 115 en lo que llevamos de año. Esta cifra supone haber superado el *guidance* previsto para 2015-16 en 44 centros.** Nuevamente destacan las aperturas de Francia (+37) y Polonia (+56). Italia vuelve a crecer en centros (+19) y España pierde 14 centros como consecuencia de la deficiente apertura de centros en algunas regiones, que no se compensan con la buena evolución de la zona centro y norte del país. En este sentido seguimos optimistas con revertir esta tendencia del mercado español en los próximos trimestres.

❑ **3T16 cerró con una posición de caja neta de 17,5 mn €, tras haber abonado 16,95 mn de € en dividendos y haber reducido la deuda financiera en 1,6 mn de € (-33,7% vs cierre de 2015).** Estas cifras ponen de manifiesto un trimestre más la capacidad de generación de caja de la Compañía y el compromiso firme de maximizar la retribución al accionista.

❑ **La compañía se compromete a mantener el payout por encima del 80% en 2017, así como a mantener el margen EBITDA en el rango de 30-35%.**

	3T15	3T16	Var %
Ventas Totales	74.121	76.614	3,4%
Aprovisionamientos	-21.839	-22.502	3,0%
Margen Bruto	52.283	54.111	3,5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>70,5%</i>	<i>70,6%</i>	
Personal	-13.626	-13.936	2,3%
Otros Gastos Operativos	-12.062	-13.429	11,3%
Otros Ingresos	410	317	-22,6%
EBITDA	27.004	27.063	0,22%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>36,4%</i>	<i>35,3%</i>	
Deterioros y Amortizaciones	-1.032	-1.102	6,7%
EBIT	25.972	25.962	0,0%
<i>Margen EBIT</i>	<i>35,0%</i>	<i>33,9%</i>	
Resultados Financieros	-63	102	ns
Part. Puesta en Equivalencia (Ichem)	745	648	-13,0%
BAI	26.654	26.712	0,2%
Impuestos	-8.065	-7.872	-2,4%
Minoritarios	76	11	-85,4%
Beneficio Neto	18.665	18.850	1,0%
<i>Margen sobre Beneficio Neto</i>	<i>25,2%</i>	<i>24,6%</i>	

Datos en miles de euros

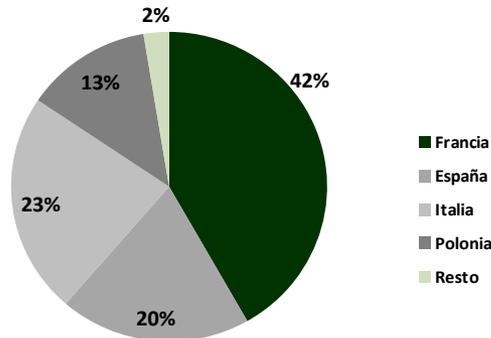
**Positiva evolución del área internacional (+4,1% vs 3T15)
España continúa con una positiva evolución de las ventas**

Evolución de ventas por países

	3T15	3T16	var %
Francia	31.870	31.968	0,3%
España	14.971	15.057	0,6%
Italia	16.778	17.627	5,1%
Polonia	8.459	9.962	17,8%
Resto	2.043	1.999	-2,2%
Total	74.121	76.614	3,4%
Área Internacional	59.150	61.556	4,1%

En miles de euros

Contribución ventas por países



Francia:

- ✓ Ralentiza su crecimiento debido a un mes de julio débil. En agosto y septiembre las ventas aumentaron de nuevo en Francia
- ✓ Refuerzo del área comercial y de marketing para potenciar las ventas. Foco en captación de nuevos clientes y puesta en marcha de una campaña de recuperación de clientes.
- ✓ Continuamos detectando interés por parte de potenciales nuevos franquiciados.

España:

- ✓ 3T16 se ha visto afectado por el cambio de operador logístico a principios de julio que dio como resultado un mayor aprovisionamiento por parte de los franquiciados en junio, con el consiguiente impacto en las ventas.
- ✓ Asimismo se observa que a pesar de que las zonas mas importantes de España ya están creciendo de forma sostenida, hay otras, como la zona sur, donde la recuperación esta siendo más lenta.
- ✓ Mayores ventas con menor número de centros (-11 vs cierre de 3T15)
- ✓ Continuamos optimistas con la recuperación de España en 2016. Esperamos una recuperación del número de centros en los próximos trimestres.

Italia:

- ✓ Las ventas continúan acelerando su crecimiento un trimestre más, debido a la mejora de las ventas de las franquicias, así como de las tiendas propias.
- ✓ La positiva evolución de Italia pone de manifiesto que las medidas para impulsar las ventas (tiendas propias en centros comerciales y refuerzo del área comercial y de marketing) llevadas a cabo por la compañía están siendo acertadas.

Polonia:

- ✓ Polonia continuará siendo uno de los motores de crecimiento del Grupo.
- ✓ Nuevamente excelente evolución de las ventas (+17,8 % vs 3T15) gracias a la apertura de centros (+56 vs cierre de 2015).

Resto:

- ✓ Reino Unido: Prevista la apertura de la 2ª tienda propia en los próximos meses.
- ✓ Alemania: 3ª tienda propia abierta e incorporación de un *country manager* para dar un impulso a la expansión del negocio
- ✓ EEUU: Abierta la 2ª tienda en un centro comercial en Miami, tal y como estaba previsto.
- ✓ Masterfranquicias: en negociaciones con nuevos países.

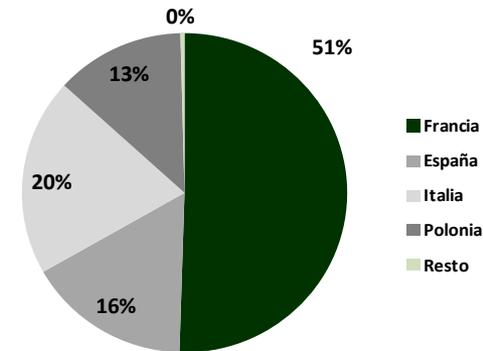
Foco en potenciar las ventas, reforzando el área comercial (*recursos humanos y publicidad*) y externalización de algunos de servicios con el fin de dotar de mayor seguridad y flexibilidad a la compañía

Evolución de EBITDA por países

	3T15	3T16	var %
Francia	14.065	13.778	-2,0%
España	4.418	4.443	0,6%
Italia	5.586	5.436	-2,7%
Polonia	2.957	3.516	18,9%
Resto	-21	-110	-423,8%
TOTAL	27.005	27.063	0,22%
Area Internacional	22.587	22.620	0,1%

En miles de euros

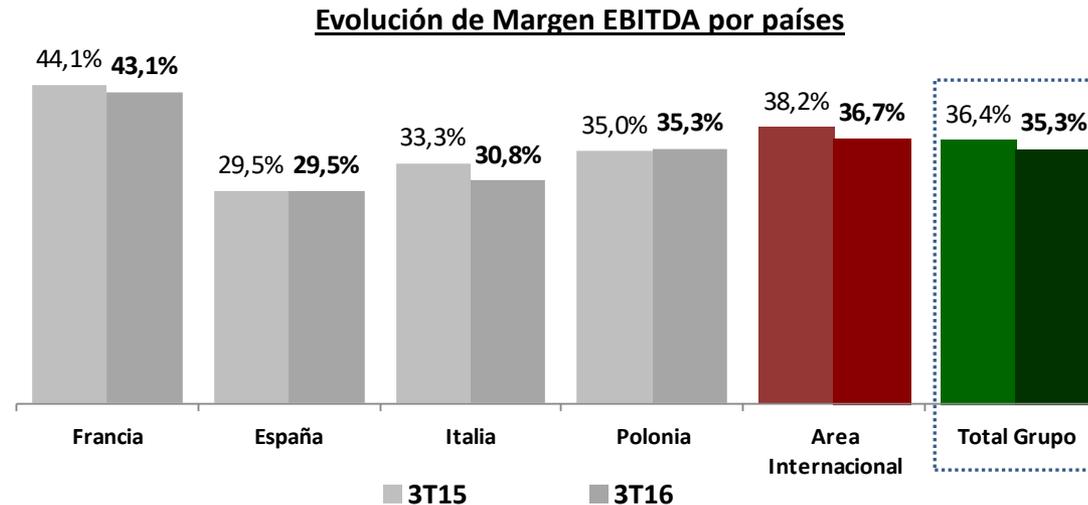
Contribución EBITDA por países



El EBITDA se ha situado en 27,06 mn de €, ligeramente por encima de la cifra obtenida en el mismo periodo de 2015.

- ❑ El EBITDA en Francia retrocede un -2% derivado del mayor gasto publicitario en 3T16 vs 3T15 y de la debilidad del negocio durante el mes de julio. En agosto y septiembre las ventas de Francia evolucionaron por encima del dato registrado hasta cierre de junio 2016.
- ❑ El EBITDA de España aumenta en línea con las ventas, a pesar de que se ha visto afectado por los costes no recurrentes derivados la externalización del servicio logístico. Excluyendo el efecto de dichos costes el EBITDA hubiera aumentado un +4,6%.
- ❑ La evolución del EBITDA en Italia continúa afectado por los mayores costes de alquiler, el ajuste en la reasignación de gastos corporativos y especialmente por una campaña publicitaria llevada a cabo durante 3T16, cuyo coste superó el esfuerzo publicitario de 3T15.
- ❑ Positiva evolución del EBITDA en Polonia (+18,9%), que evoluciona por encima de las ventas.

**Margen EBITDA del 35,3%, superior a la media del sector y por encima de la parte alta del *guidance* 2015-16 (30%-35%).
Mantenemos nuestro compromiso de mantener el margen EBITDA en el rango 30-35% también en 2017**



- ❑ Francia mantiene su margen EBITDA en niveles elevados, a pesar de que retrocede ligeramente vs 3T15, debido fundamentalmente al efecto negativo del mes de julio señalado anteriormente y al mayor gasto en publicidad y marketing con respecto a la cifra de 3T15.
- ❑ El Margen EBITDA se sitúa en el 29,5%, en línea con el registrado en el mismo periodo del año anterior, a pesar de los gastos no recurrentes derivados de la externalización del servicio logístico en España.
- ❑ Deterioro del margen EBITDA en Italia, debido a los mayores gastos de alquileres, al efecto del ajuste en la reasignación de los costes de la corporación y a los mayores gastos en publicidad y marketing en 3T16 vs 3T15.
- ❑ Mejora del Margen EBITDA polaco, como consecuencia del aumento de las ventas (+28% en 3T16 estanco).

2.238 centros, 44 centros por encima del guidance previsto para todo el año

+ 24 aperturas netas en 3T16, y 115 a cierre de 3T16

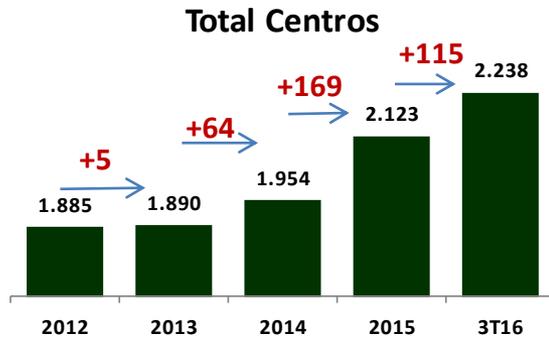
Seguimos creciendo gracias a la apertura de nuevas franquicias/masterfranquicias (+106 vs 9 centros propios)

Desglose aperturas netas:

+115 {
+92 nuevas franquicias
+14 nuevos máster franquicia
+9 centros propios

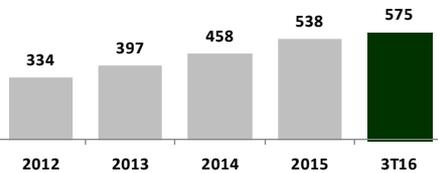
74% de los centros fuera de España.

- ✓ **Francia (+37) y Polonia (+56)**, continúan demostrando fortaleza en aperturas netas.
- ✓ **Italia abre 9 centros en 3T16, alcanzando 19 aperturas en lo que llevamos de 2016**
- ✓ España cede 14 centros en los que llevamos de año, tras un 3T16 débil como consecuencia de que la recuperación en España se esta produciendo a dos velocidades entre el norte y el sur, a favor de la zona norte.
- ✓ **14 nuevos centros masterfranquiciados (+2 en 3T16), hasta alcanzar 191 centros en todo el mundo.**

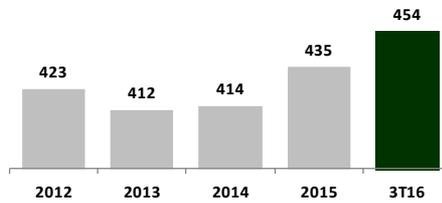


1.875 de los centros son franquicia, el 172 centros propios y 191 másterfranquicias

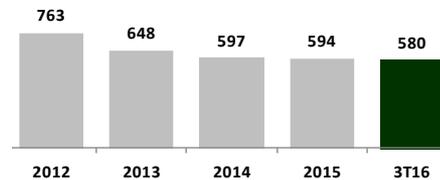
Francia



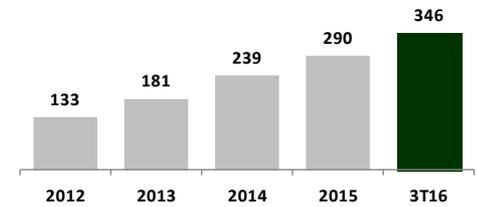
Italia



España



Polonia



Aperturas Netas

37

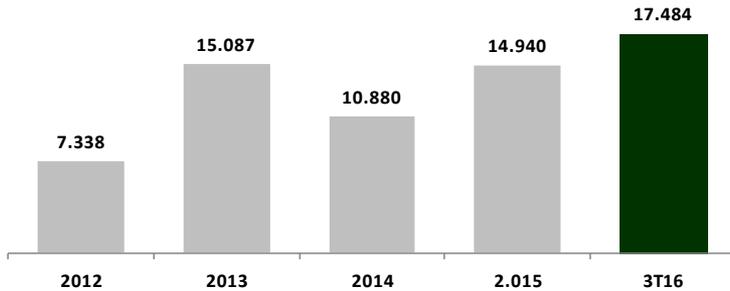
19

-14

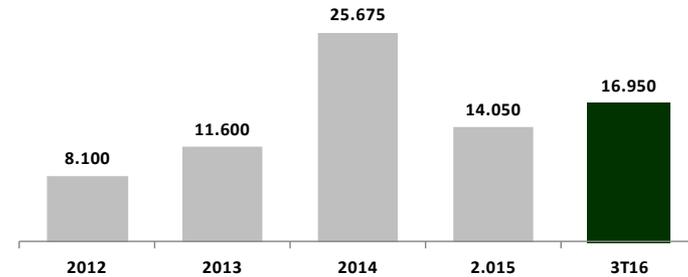
56

Ampliamos nuestro compromiso de mantener un payout por encima del 80% a 2017

Caja Neta*



Dividendos



Datos en miles de euros

Datos en miles de euros

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

- La caja neta a cierre de 3T16 se ha situado en 17,5 mn €, lo que supone un incremento del 17% vs el nivel de cierre de 2015. Es importante destacar que esta cifra se ha obtenido después de haber abonado 16,95 mn de € en dividendos.**
- Los dividendos abonados en 2016, ponen de manifiesto una vez mas la capacidad de generación de caja y la apuesta firme por maximizar la retribución al accionista.**
- La compañía mantiene su compromiso de mantener un payout superior al 80% también en 2017**

	2015	3T16
Inmovilizado Intangibles	2.193	1.891
Inmovilizado Material	5.025	4.884
Activos Financieros no Corrientes	813	836
Inversiones en Empresas Asociadas	3.140	3.205
Activos por Impuestos Diferidos	369	342
ACTIVO FIJO	11.540	11.158
Existencias	3.541	4.251
Clientes	5.542	7.146
Otros Activos Corrientes	876	840
Activos Financieros	42	42
Efectivo y Equivalentes	19.830	20.722
ACTIVO CIRCULANTE	29.831	33.001
TOTAL ACTIVO	41.371	44.159
FFPP	22.016	23.816
Provisiones no Corrientes	1.044	1.296
Deuda Financiera LP	2.930	3.228
Pasivos por Impuestos Diferidos	478	333
PASIVO FIJO	4.452	4.857
Deuda Financiera CP	1.960	10
Pasivos con Compañías Vinculadas	1.445	1.445
Proveedores	4.776	4.044
Proveedores Partes Vinculadas	4.424	5.230
Pasivos por Impuestos Corrientes	2.298	4.757
PASIVO CIRCULANTE	14.903	15.486
TOTAL PASIVO	41.371	44.159

En miles de euros

☐ Posición de caja neta de 17,5 mn € a cierre de 3T16 tras haber:

✓ Reducido la deuda financiera bruta en un 34% vs cierre de 2015 (-1,6 mn €).

✓ Abonado 16,95 mn de € en dividendos en lo que llevamos de 2016

Continuamos creciendo

Ventas: +3,4%; 76,61 mn de €
EBITDA: +0,22%; 27,06 mn de €
Margen EBITDA: 35,3 % vs 30-35% de guidance 2015-16
Resultado Neto: +1%; 18,85 mn de €

Con los mercados Español e Italiano recuperándose

Ventas España: +0,6% vs -9,6% de 3T15
Ventas Italia : +5,1% vs -7% de 3T15

Habiendo superado el guidance 2015-16, en aperturas netas en un 18% (+44 centros), 3 meses antes

2.238 centros en 30 países (presencia en 32 países)
115 aperturas a cierre de 3T16

Y manteniendo la solidez de nuestro balance

17,5 mn de euros de caja neta, un 17% mas que a cierre de 2015, tras haber pagado 16,95 mn de € en dividendos.

*Lo que nos permite seguir manteniendo altas tasas de rentabilidad por dividendo (5,5%)**

0,0825 €/acc abonados el 4 de mayo de 2016.
0,2 €/acc abonados el 15 de septiembre de 2016.

Y ser optimistas con el crecimiento del Grupo en los próximos trimestres

Implementación de medidas para el impulso de las ventas con la incorporación de perfiles comerciales *senior* y una gestión de la publicidad y marketing más eficiente y adaptada a las nuevas necesidades del mercado (*foco en online*).

Externalización de algunos servicios con el fin de mejorar la calidad de los mismos y dotar de mayor flexibilidad al Grupo.

Hechos Relevantes del Periodo

- ❑ 20 de enero de 2016: Aperturas netas de 2015.
- ❑ 26 de febrero de 2016: Publicación de los resultados de 2015.
- ❑ 26 de febrero de 2016: Publicación dividendo final 2015.
- ❑ 26 de febrero de 2016: La sociedad remite el Informe Anual de Gobierno Corporativo del ejercicio 2015.
- ❑ 26 de febrero de 2016: La Sociedad remite el Informe Anual sobre remuneraciones de los consejeros del ejercicio 2015.
- ❑ 15 de marzo de 2016: Convocatoria Junta General de Accionistas de 2016.
- ❑ 16 de marzo de 2016: Contrato de Liquidez periodo 15-12-2015 a 15-3-2016.
- ❑ 21 de abril de 2016: Acuerdos adoptados por la Junta General de Accionistas de 2016
- ❑ 22 de abril de 2016: Publicación de resultados de primer trimestre de 2016
- ❑ 16 de junio de 2016: Contrato de Liquidez periodo 15-3-2015 a 15-6-2016
- ❑ 20 de julio de 2016: Aperturas netas de 1S16
- ❑ 26 de julio de 2016: Publicación dividendo a cuenta de los resultados de 2016
- ❑ 26 de julio de 2016: Publicación de los resultados correspondientes al primer semestre de 2016
- ❑ 26 de julio de 2016: Cambios en el Consejo de Administración
- ❑ 16 de septiembre: Contrato de Liquidez periodo 15-6-2015 a 15-9-2016



CONTACTO

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