



MEMORIA
ANUAL
2015



REIG  JOFRE



ÍNDICE

CARTA DE LA PRESIDENTA	2
CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN	4
CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO	6
REIG JOFRE EN BREVE	8
PRINCIPALES ÁREAS OPERATIVAS	
I+D y Regulatorio	12
Negocio industrial	16
Mercado español	20
Forté Pharma	24
Presencia internacional	28
Finanzas y servicios corporativos	32
Relación con inversores y comunicación	36
RESUMEN DEL AÑO	41

CARTA DE LA PRESIDENTA



Barcelona, mayo de 2015

Apreciado lector:

Es una gran satisfacción dirigirme por primera vez a usted a través de esta Memoria Anual, como presidenta de la nueva Reig Jofre tras la operación de integración con la sociedad cotizada Natraceutical, que se formalizó el 31 de diciembre de 2014 dando lugar a la quinta compañía farmacéutica española por cifra de negocios cotizada en el mercado continuo.

2015 ha sido un año transformacional, que ha marcado claramente un antes y un después para ambas compañías, integradas ahora bajo la denominación social de Laboratorio Reig Jofre, S.A. (Reig Jofre) y con código de cotización RJF.

En el momento de la integración, la nueva Reig Jofre situó su cifra de negocios proforma 2014 en 152,5 millones de euros, con una plantilla media anual de 806 personas, plantas productivas en España y Suecia y presencia comercial en 60 países a través de red de ventas propia en 6 mercados europeos y acuerdos comerciales con en torno a 100 licenciatarios y distribuidores internacionales.

Pero lo más relevante de la integración de ambos negocios es que permitió al nuevo proyecto empresarial ampliar su compromiso con la salud, desde la curación de enfermedades a la prevención y el bienestar de las personas.

Como representante de Reig Jofre Investments, S.L., primer accionista de Reig Jofre tras la fusión, quisiera aprovechar estas líneas para reiterar el compromiso de la familia Reig hacia el proyecto que durante 85 años antes de la integración con Natraceutical tuvo un carácter eminentemente familiar, pero con una firme vocación de crecimiento sostenible a nivel internacional y de generación de empleo estable para nuestros equipos.

Mención especial merece el compromiso del consejo de administración para con nuestros accionistas y comunidad financiera en su globalidad. Ello se materializó en el momento de la fusión con la constitución del primer órgano de gobierno con presencia mayoritaria de consejeros independientes de reconocida solvencia, y se traduce en el día a día en una política de comunicación transparente, con total voluntad de apertura para con nuestros diferentes grupos de interés.

En la página siguiente encontrará información sobre los principales órganos de gobierno de la compañía, donde podrá constatar la gran complementariedad de los diferentes perfiles profesionales que los componen.

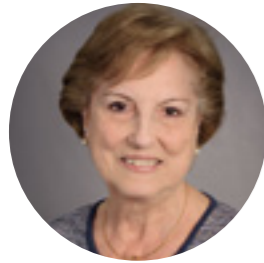
Aprovecho estas líneas para agradecer a los miembros del consejo su compromiso y dedicación este primer año, y les animo a seguir aportando su experiencia profesional y gran valía humana para que Reig Jofre continúe avanzando por una senda de crecimiento sostenible y generación de valor para todos sus grupos de interés.

Como podrá leer en esta Memoria Anual, Reig Jofre es hoy una compañía con un negocio en crecimiento y una estructura financiera sólida, lo que nos permite mirar al futuro con ilusión. Es nuestro mayor deseo seguir contando con su interés como lector y, si lo considera, su apoyo como accionista en este proyecto que es el de todos los que creemos en él.

Atentamente,

Isabel Reig
Presidenta

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



Dña. Isabel Reig López

Consejera dominical en representación de Reig Jofre Investments, S.L.

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Licenciada en Farmacia por la Universidad de Barcelona



D. Ignasi Biosca Reig

Consejero delegado

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Cataluña
- Máster en Programación y Redes por la Telecom Paris Tech, (Francia)
- MBA por IESE Business School y por la Universidad de California, Berkeley (EE UU)



D. Alejandro García Reig

Consejero ejecutivo

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Barcelona



D. Antón Costas Comesaña

Consejero independiente

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Ingeniero industrial
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales
- Doctor en Economía



Dña. Mª Luisa Francolí Plaza

Consejera independiente

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Licenciada en Ciencias Económicas en la Universidad de Barcelona
- MBA en Finance en la universidad de St. John, en Nueva York, EEUU



D. Ramón Gomis i de Barbarà

Consejero independiente

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Licenciado en Medicina
- Doctor en Medicina por la Universidad de Barcelona
- Formación postdoctoral en la Universidad Libre de Bruselas en endocrinología y obesidad
- Catedrático en Endocrinología



D. Ramiro Martínez-Pardo del Valle

Consejero independiente

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid
- Censor Jurado de Cuentas, miembro del Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España



D. Adolf Rousaud Viñas

Secretario no Consejero

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Licenciado en Derecho, Universidad de Barcelona (UB)



D. Emilio Moraleda Martínez

Consejero independiente

Nombramiento: 31 de diciembre de 2014

Formación académica

- Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid
- Diplomas en Recursos Humanos y Dirección de Empresas por las Universidades de Columbia y Harvard (EE.UU.)
- Graduado Social por la Escuela Social de Madrid

- Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en Derecho Mercantil, Universidad de Barcelona (UB)

- Máster en Derecho Tributario, Universidad Abat Oliba CEU

COMISIONES DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Comisión de Auditoría, Cumplimiento y Conflictos de Interés

Presidente: D. Antón Costas Comesaña

Vocal: D. Ramiro Martínez-Pardo del Valle

Vocal: D. Ramón Gomis i de Barbarà

Secretario no consejero: D. Gabriel Roig Zapatero (Director General Financiero de Reig Jofre)

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Presidente: D. Emilio Moraleda Martínez

Vocal: Dña. María Luisa Francolí Plaza

Secretario: Dña. Isabel Reig López, en representación de Reig Jofre Investments, S.L.

CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO



Barcelona, mayo de 2015

Estimado lector:

Tras mi nombramiento como consejero delegado de la nueva Reig Jofre en el mes de enero de 2015, me complace resumirle en estas líneas la evolución del primer año de actividad conjunta entre la antigua Reig Jofre y Natraceutical, y presentarle en las páginas siguientes al equipo que me acompaña al frente de la gestión de las diferentes áreas de negocio de la compañía.

Reig Jofre cerró el ejercicio 2015 con una cifra de negocios de 156,9 millones de euros, un crecimiento del 2,9% respecto a los datos proforma del mismo periodo del ejercicio anterior.

RJF Pharma, la división de desarrollo, fabricación y comercialización propia, aportó el 79% de las ventas y creció un 5,3%, gracias al avance de las tres unidades que lo conforman: antibióticos, inyectables y liofilizados +0,5%; dermatología, respiratorio-ORL y ginecología +22,1%; complementos nutricionales y *consumer healthcare* +3,0%.

RJF CDMO, la división de desarrollos y fabricación especializados para terceros, aportó el 21% de la cifra de negocios y retrocedió un 5,4% respecto a los datos proforma de 2014, corrigiendo en el último trimestre una desviación en ventas del 11,4% en los primeros nueve meses del ejercicio.

La mejora del margen bruto, el aumento de los ingresos de explotación por ventas con precio aplazado en contratos con socios comerciales y el mantenimiento de los costes operativos situó el EBITDA de Reig Jofre a cierre del ejercicio en 17,2 millones de euros, una progresión del 14,6% respecto al cierre de 2014, en línea con las previsiones publicadas por la compañía en el primer semestre de 2015.

A pesar de mayores amortizaciones por el incremento de las inversiones, el mantenimiento del resultado financiero permitió a Reig Jofre aumentar el resultado antes de impuestos en un 19,3%, hasta los 11,0 millones de euros.

Reig Jofre cerró 2015 con un beneficio neto de 8,7 millones de euros, un incremento del 27,8% respecto al ejercicio anterior, fruto de la relevante mejora operativa del negocio a lo largo del ejercicio y sinergias fiscales resultantes de la fusión con Natraceutical.

Tras la fusión con Natraceutical, a lo largo de 2015 Reig Jofre confirmó la apuesta decidida en sus cuatro pilares estratégicos: I+D, refuerzo de la cartera de productos en sus áreas terapéuticas de interés, internacionalización e incremento de competitividad en capacidad productiva especializada en antibióticos e inyectables.

En este sentido, la compañía multiplicó por dos sus inversiones en sus instalaciones productivas y en proyectos de I+D, pasando éstas de 4,5 millones de euros en 2014 a 8,8 millones de euros a cierre de 2015. Especialmente relevantes fueron las inversiones en capacidad productiva en España para la expansión en Asia (Japón e Indonesia) y para el mercado de Estados Unidos, en una segunda etapa.

Reig Jofre cerró 2015 con el 59% de sus ventas fuera de España. En su continuo esfuerzo por la internalización, la compañía inició relaciones comerciales en siete nuevos mercados en los cinco continentes. España, con el 41% de las ventas de la compañía, creció en 2015 un 4,1%, mientras que el resto de los mercados europeos concentraron el 49% de las ventas y crecieron un 1,6% y los países del resto del mundo aportaron un 10% de la cifra de negocios y crecieron un 4,5%.

Con todo, Reig Jofre concluyó el ejercicio con una deuda financiera neta de 13,9 millones de euros, 0,8 veces su EBITDA y mantiene una clara vocación de crecimiento para alcanzar en 2019 una cifra de negocios de 200 millones de euros y un EBITDA de 25 millones de euros, según el plan de crecimiento orgánico presentado por la compañía a finales de 2015.

Los resultados aquí presentados son principalmente fruto del crecimiento orgánico de la compañía tras la combinación de los negocios de la antigua Reig Jofre y Natraceutical. En este sentido, durante 2015 se ha materializado ya alguna de las sinergias identificadas en el análisis de la operación de fusión, si bien quedan todavía mejoras que esperamos vayan materializándose a lo largo de 2016.

El crecimiento orgánico de Reig Jofre, junto con la estructura financiera de la que goza la compañía en la actualidad, deberán ser palancas sólidas para acometer también proyectos de crecimiento inorgánico en el futuro.

Reig Jofre cuenta para ello con un equipo de profesionales altamente cualificado y comprometido, y es mi deseo como primer ejecutivo de la compañía poder contar también, apreciado lector, con su apoyo como accionista de éste que considero un gran proyecto empresarial.

Espero que la lectura de este documento le permita profundizar en el conocimiento de Reig Jofre, y le animo a contactarnos a través de investors@reigjofre.com si tiene cualquier consulta o comentario sobre la información aquí presentada.

Un cordial saludo,

Ignasi Biosca
Consejero Delegado

REIG JOFRE EN BREVE

FUNDADA EN 1929 Y GESTIONADA POR LA TERCERA GENERACIÓN DE LA FAMILIA REIG

1929

Ramon Reig Jofre
Fundador



1970

Joan M. Biosca
Yerno del fundador

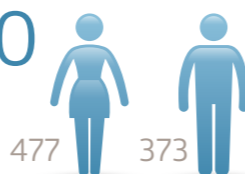


2006

Ignasi Biosca
*Nieto del fundador y actual
Consejero Delegado*

EMPLEADOS

850



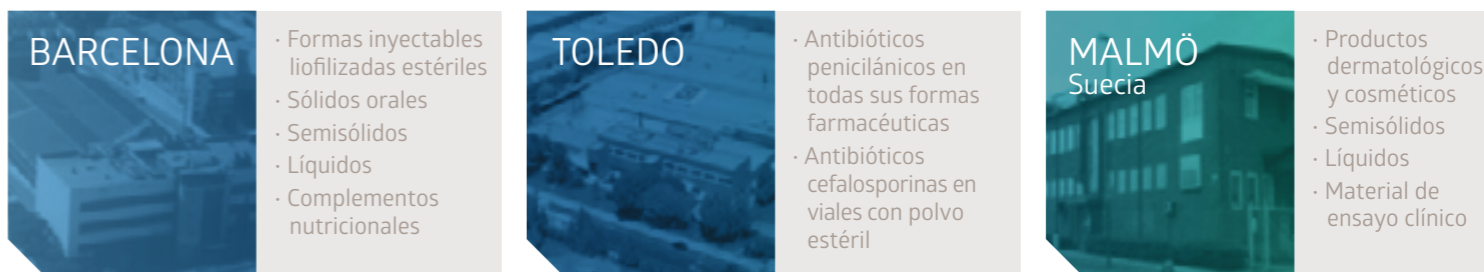
HISTORIA



PILARES ESTRATÉGICOS



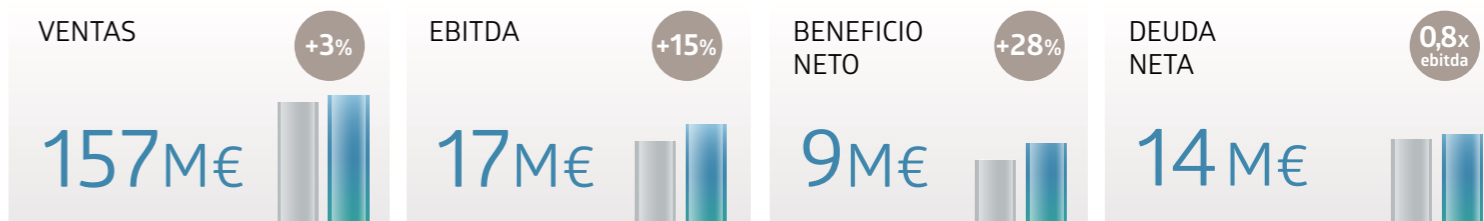
CENTROS DE DESARROLLO Y PRODUCCIÓN



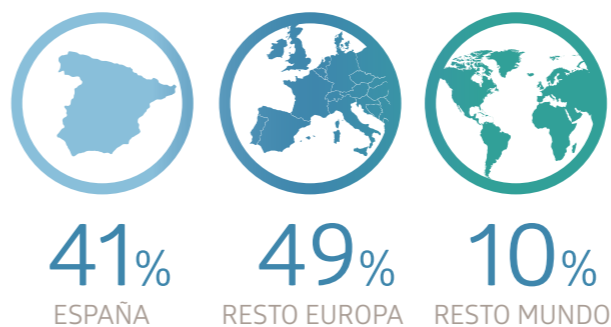
ESTRUCTURA DEL NEGOCIO



RESULTADOS FINANCIEROS 2015



VENTAS POR ÁREA GEOGRÁFICA



VENTAS POR ÁREAS DE NEGOCIO



EL EQUIPO REIG JOFRE

Nuestro equipo humano es nuestro mayor valor.

850 profesionales, ubicados en las diferentes sedes nacionales e internacionales de la compañía, hacen posible, año tras año, que Reig Jofre se plantee nuevos retos que permitan garantizar la creación de empleo sostenible y un reconocido posicionamiento en los mercados en los que operamos.

La ilusión, el compromiso, la responsabilidad y el trabajo bien hecho son solo algunos de los valores de este gran equipo, donde cada miembro es único y clave para el avance de nuestra compañía.

Porque en Reig Jofre, Reig Jofre somos todos.



Victoria Serra

Directora de Recursos Humanos

PRINCIPALES ÁREAS OPERATIVAS

I+D Y REGULATORIO



Carles Nieto
 Director de Desarrollo Biológico / Co-director de Nuevos Desarrollos 2001*



Isabel Amat
 Directora de Innovación Abierta / Co-directora de Nuevos Desarrollos 2013*

* Año de incorporación en Reig Jofre



Gemma Lahuerta
 Directora de Desarrollo de Inyectables 2002*



Jordi González
 Director de Desarrollo de Tópicos y Orales 2009*



Brigitta Svensson
 Directora de Desarrollo Malmö, Suecia 2009*



Marta Español
 Directora de Regulatorio 2002*



Lucía Castrillo
 Directora de Farmacovigilancia 2014*



Preparación de una muestra para observar los cambios producidos durante el proceso de liofilización. Planta de inyectables de Reig Jofre.

Apostamos por una I+D basada en la innovación abierta y en los codesarrollos con centros de investigación y otras compañías, uniendo fortalezas para llevar al mercado soluciones ambiciosas e innovadoras

Número de centros de desarrollo:

4

Número empleados I+D y Regulatorio:

57

Inversión en I+D en 2015:

7,5 millones de euros

Áreas de desarrollo:

- Plataformas de formulaciones para la estabilización de inyectables innovadores biotecnológicos, de nuevas entidades químicas o péptidos
- Formulaciones innovadoras de antibióticos
- Nuevas soluciones terapéuticas en dermatología y ginecología
- Suplementos nutricionales con alto valor en la prevención, mantenimiento y control de la salud

Principales desarrollos en curso





¿Cuál es el enfoque estratégico del departamento de I+D?

Lo resumiría en tres ejes principales:

Nuevas indicaciones de moléculas conocidas o nuevas rutas de administración en las áreas terapéuticas de dermatología, respiratorio/ORL, ginecología y en complementos nutricionales, son la base de los nuevos proyectos de desarrollo, que nos permiten aportar valor y soluciones a necesidades de salud no cubiertas, en ocasiones en colaboración con centros de investigación, hospitales y *start-ups* de nuestro ecosistema.

Desarrollo de antibióticos e inyectables genéricos para ser producidos en nuestras plantas y licenciados a nivel mundial, con una atención especial a EEUU y Asia.

Desarrollos para actualizar la vida de productos propios existentes que requieren de innovación para continuar siendo competitivos en el mercado.



¿Cuál es la inversión en I+D?

Reig Jofre destina anualmente entre el 4% y el 5% de sus ventas a proyectos en I+D, adicionalmente a los proyectos de innovación activados en el balance de la compañía. En 2015, la inversión en I+D ascendió a 7,5 millones de euros.



¿Cuáles son las fases clínicas por las que suelen pasar los nuevos desarrollos de Reig Jofre?

Las fases clínicas que realizamos en Reig Jofre son mayoritariamente para desarrollos de productos innovadores de activos conocidos y, por tanto, de fases II/III para la actualización de dossieres de registros propios que requieren de estudios de bioequivalencia, o estudios de fase IV para complementar dossieres de productos aprobados y comercializados.



¿Cuáles son los hechos más significativos que destacarías de 2015?

El inicio de proyectos de formulación para la estabilización de activos biotecnológicos complejos, como proteínas y virus.



La puesta en marcha de los ensayos clínicos para el mercado mexicano de un producto de formulación innovadora que aporta ventajas y mejoras sustanciales para el paciente con impétigo. Se trata de un co-desarrollo con la biotecnológica navarra Ojer Pharma. Este ensayo clínico es el mayor realizado hasta ahora por Reig Jofre por el número de pacientes involucrados y por la participación simultánea de centros de investigación en España y México.



La participación en proyectos vinculados con el desarrollo de complementos nutricionales de alto valor añadido, como la colaboración con Manremyc, una compañía innovadora *spin off* del Institut Germans Trias y Pujol de Badalona, para el desarrollo comercial de un nutracéutico para el control de la tuberculosis.



¿Cuáles han sido los mayores retos?

La involucración de Reig Jofre en proyectos de investigación co-liderados con centros de salud e investigación de primera línea en España para desarrollar nuevas combinaciones de antibióticos que permitan ofrecer alternativas terapéuticas a las multiresistencias desarrolladas en las últimas décadas.



La coordinación de actividades de desarrollo entre los equipos científicos de Reig Jofre y Forté Pharma a fin de generar sinergias en el campo de la prevención y curación de enfermedades.



¿Qué es la innovación abierta?

Los crecientes retos a los que está sometida la industria farmacéutica, especialmente en lo relativo a la financiación de proyectos de I+D, el aumento de la regulación y la presión en los precios demandan que los nuevos productos aporten no únicamente salud sino también sostenibilidad para el sistema público. Los avances exponenciales de la ciencia y la tecnología conducen a buscar colaboraciones con entidades de conocimiento que permitan aumentar la probabilidad de éxito de nuevos tratamientos, compartiendo riesgos y beneficios. Estas nuevas relaciones de colaboración, conocidas como "*open innovation*", permiten obtener sinergias, acortar tiempos y costes, así como acceder a conocimiento puntero clave para resolver necesidades no cubiertas.



¿En qué proyectos se está trabajando actualmente?

Desde los centros de desarrollo en España estamos empezando a trabajar en nuevas combinaciones de antibióticos betalactámicos e iniciando la conceptualización de *medical devices* en nuestras áreas terapéuticas de especialización.



En el centro de desarrollo de productos dermatológicos de Malmö (Suecia) estamos trabajando para reforzar nuestros propios desarrollos. En esta línea de trabajo, en 2015 hemos finalizado el registro de *Zalve*, una crema dermatológica para pequeñas heridas desarrollada por el equipo de Malmö, con el que se están firmando acuerdos de distribución en Europa.



¿Qué valor estratégico aporta el departamento de Regulatorio a la compañía?

Los productos de Reig Jofre se comercializan en más de 55 países, si bien la compañía dispone de presencia comercial directa únicamente en 6 de ellos. Esto significa que el departamento de Regulatorio se ha especializado ampliamente en los últimos años en el cumplimiento de los procesos definidos por las diferentes agencias reguladoras internacionales, a fin de ser capaz de registrar desde la sede central en Barcelona medicamentos en la mayoría de los mercados de Europa, Asia, África, América y Oceanía. Esto no es común en una compañía del tamaño de Reig Jofre y le aporta una clara ventaja competitiva frente a otras compañías que deben externalizar estos procesos, y también frente a potenciales clientes, que pueden recibir asesoramiento técnico en este terreno de la mano de Reig Jofre. Un proceso de registro puede requerir entre 18-24 meses, por lo que una correcta ejecución puede reducir la llegada del fármaco al mercado y, por tanto, las necesidades financieras del proyecto.



¿Qué nuevos registros se han obtenido este año?

En 2015 hemos obtenido la aprobación de 35 autorizaciones comerciales para 10 moléculas propias de antibióticos e inyectables en 18 mercados de Europa, Asia y Oceanía. De estos, destacan especialmente los registros obtenidos en Japón, que nos abren la puerta de entrada a un mercado muy exigente, pero de gran potencial.



¿Qué destacaría del servicio de farmacovigilancia de Reig Jofre?

El departamento de farmacovigilancia de Reig Jofre centraliza en la sede de Barcelona la continua monitorización del perfil de seguridad de los cerca de 250 medicamentos de prescripción registrados por todo el mundo, así como los productos OTC, dispositivos médicos y complementos nutricionales de la compañía. La comercialización de nuestros productos en los cinco continentes nos obliga a estar a la vanguardia de los requerimientos normativos de la agencia reguladora de cada país.

NEGOCIO INDUSTRIAL



Ignacio Vilà
 Director General
 Industrial
 1990*



Enric Jo
 Director de Planta
 Barcelona
 1994*



Frédéric Dingeon
 Director de Planta
 Toledo
 2015*



Simon Bjorklund
 Director General
 Bioglan, Suecia
 2010*



Xavier Costas
 Director de Operaciones
 Industriales
 2009*

* Año de incorporación en Reig Jofre



Revisadora de ampollas para la inspección visual de partículas y volumen en inyectables. Planta de inyectables de Reig Jofre.

En 2015 Reig Jofre invirtió 7,6 M€ en sus plantas productivas. Mayoritariamente en la ampliación de capacidad instalada para atender los proyectos de crecimiento de la compañía

Plantas: 1 Barcelona, 2 Toledo, 1 Malmö (Suecia)

Departamentos:

Producción, Logística, Transferencia Tecnológica, Ingeniería, Control Industrial, Control de Calidad, Garantía de Calidad, Dirección Técnica

Número empleados: 600

Áreas de especialización:

Antibióticos betalactámicos (formas sólidas penicilánicas, suspensiones penicilánicas líquidas orales e inyectables penicilánicas y cefalosporánicos); inyectables liofilizados estériles y productos dermatológicos tópicos (pomadas, emulsiones y cremas)

Otra capacidad productiva:

Formas sólidas (cápsulas, comprimidos recubiertos y grageas), semisólidas (pomadas, emulsiones y cremas) y líquidas (jarabes, soluciones orales y tópicas y toallitas impregnadas)

Algunas magnitudes anuales:

44,7 millones de unidades de antibióticos, el 52% de los cuales en viales inyectables. El resto en cápsulas, comprimidos, jarabes y sobres.
 En otras especialidades farmacéuticas: 118 millones de unidades de sólidos orales; 10 millones de unidades de viales; 9 millones de unidades de ampollas; 4,1 millones de unidades de productos dermatológicos tópicos



En millones de unidades

**¿Cuál es el enfoque estratégico del área industrial?**

Aprovechar nuestra capacidad productiva y nuestra integración con las áreas de I+D, Registros e Internacional para acelerar la llegada al mercado de nuestros productos con las máximas garantías de calidad y competitividad, a la vez que facilitar la industrialización de los desarrollos de otras compañías y centros de investigación.

**¿Qué fortalezas destacarías de Reig Jofre en cuanto a su capacidad productiva?**

Reig Jofre dispone de instalaciones de producción exclusiva de antibióticos betalactámicos que, por regulación sanitaria, no pueden ser tratados en fábricas compartidas con otros fármacos. Nuestra capacidad productiva permite al área comercial ser muy competitiva en un mercado muy intervenido en precios por las administraciones sanitarias.



El área de inyectables liofilizados estériles es claramente nuestra segunda fortaleza, donde nuestro amplio conocimiento de la tecnología nos ha permitido desarrollar un centro de excelencia en liofilización que es referente mundial en el sector.



El área de semi-sólidos tópicos en Malmö permite atender las necesidades globales de la industria: desde la fase inicial de desarrollo, pasando por el material para ensayos clínicos y finalmente la fabricación a gran escala y la comercialización del producto final.

**¿Cuáles son los hechos más significativos que destacarías de 2015?**

Sin lugar a dudas, el refuerzo del compromiso con la calidad, materializado mediante la construcción de un nuevo laboratorio de control de calidad en la planta de Barcelona. Una inversión total de 2,5 millones de euros en dos fases (2015-2016), que se suma a otras realizadas en esta planta este año para aumentar la capacidad productiva. En Toledo, destacaría el nombramiento de Frédéric Dingeon al frente de las plantas de antibióticos betalactámicos. Este nombramiento se enmarca en el plan estratégico a cinco años, por el que la compañía invertirá en aumentar su capacidad productiva para asumir la fabricación de los productos actualmente en fase de registro en mercados farmacéuticos de primer nivel.

**¿Cuáles han sido los mayores retos?**

En 2015 se formalizó el primer contrato de Reig Jofre para el mercado japonés, para la comercialización de inyectables de última generación de uso hospitalario. Ha sido un proyecto en el que hemos trabajado dos años y para el cual, tratándose del segundo mercado farmacéutico más importante del mundo, cuya agencia reguladora de medicamentos es una de las tres más importantes a nivel internacional, Reig Jofre ha tenido que demostrar la máxima excelencia en todos sus procesos productivos a fin de obtener las autorizaciones de comercialización necesarias.



En la planta de productos dermatológicos tópicos hemos tenido que adaptar los equipos y los procesos para atender el incremento de volumen del 25% respecto al año anterior. En algunos momentos se ha trabajado a tres turnos, cuando en el pasado algunas líneas se gestionaban con un único turno.

**¿Con qué certificaciones cuentan las plantas?**

Las instalaciones de Reig Jofre están autorizadas por la agencia europea, cuya certificación es válida en otros países que tienen reconocimiento mutuo con Europa (como Canadá, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica) y, a su vez, esta autorización es válida de una manera tácita para otros muchos países (ASEAN, Sudamérica). Asimismo, estamos certificados como fabricantes de especialidades farmacéuticas en Arabia Saudí, Bahréin, Brasil, Corea, Emiratos Árabes, Etiopía, Japón, Kenia, Kuwait, Irán, Iraq, Líbano, Omán, Qatar, Sudán, Taiwán, Ucrania y Yemen. Y estamos actualmente en trámite con la FDA para el registro de productos en Estados Unidos.

**¿Cuál ha sido la inversión de expansión realizada en las plantas en 2015?**

En 2015 Reig Jofre invirtió 7,6 millones de euros en sus plantas de producción, de los cuales 6 millones se destinaron a ampliación de la capacidad instalada. Las inversiones en este ejercicio se concentraron principalmente en la planta de Barcelona, con un proyecto de 3 millones de euros para la ampliación de líneas en el área de inyectables liofilizados; 1,25 millones de euros en la primera fase del nuevo laboratorio de calidad y 0,75 millones de euros en la remodelación de la sección de materias primas y producto terminado del almacén de esta planta para su adecuación a los requisitos de la agencia americana (FDA). En Toledo se invirtieron 0,35 millones de euros en maquinaria para ampliar la capacidad de antibióticos orales.

**¿Qué tipo de acuerdos mantiene Reig Jofre con las compañías para las que fabrica?**

Reig Jofre dispone de tecnología en la que estamos especializados y enfocamos los desarrollos y la fabricación para otras compañías en aquellas formas donde podemos ofrecer un mayor valor competitivo a nuestros clientes. La especialización en tecnologías nicho facilita que las relaciones con nuestros clientes sean altamente estables, con unos índices de rotación francamente bajos y motivados mayoritariamente por decisiones exógenas, como el cese de la comercialización del producto.

**¿Se trabaja en alguna nueva tendencia de futuro?**

La fácil accesibilidad a los antibióticos en los mercados desarrollados en las últimas décadas y no siempre una correcta utilización de los mismos ha resultado en la generación de resistencias del organismo a estos fármacos. Ello está motivando que las administraciones públicas y el sector estemos reforzando los recursos para el desarrollo de nuevas combinaciones de antibióticos. Reig Jofre ya ha iniciado algún proyecto en este sentido.



En el área de inyectables estériles, el continuo avance de la industria biotecnológica está abriendo también nuevos retos, pues sus desarrollos requieren de una mayor estabilidad a fin de garantizar la conservación de sus características farmacológicas y ello es complejo en formas orales tradicionales.

MERCADO ESPAÑOL



Antonio Ballesteros
 Director General
 RJF Pharma España
 2005*



Nuria Molas
 Responsable
 red farmacéutica
 1978*



Antonio Bermúdez
 Responsable
 red médica
 1998*



Javier Florindo
 Responsable
 red hospitalaria
 2011*



Jorge Martín
 Responsable
 red Forté Pharma
 2007*

* Año de incorporación en Reig Jofre



Una correcta estrategia de diversificación de producto es clave para asegurar la rentabilidad del negocio y la continuidad de las inversiones en I+D

Equipo comercial y marketing España:
105 personas

Organización:
4 redes diferenciadas para visita médica, hospitalaria y farmacéutica, y para Forté Pharma

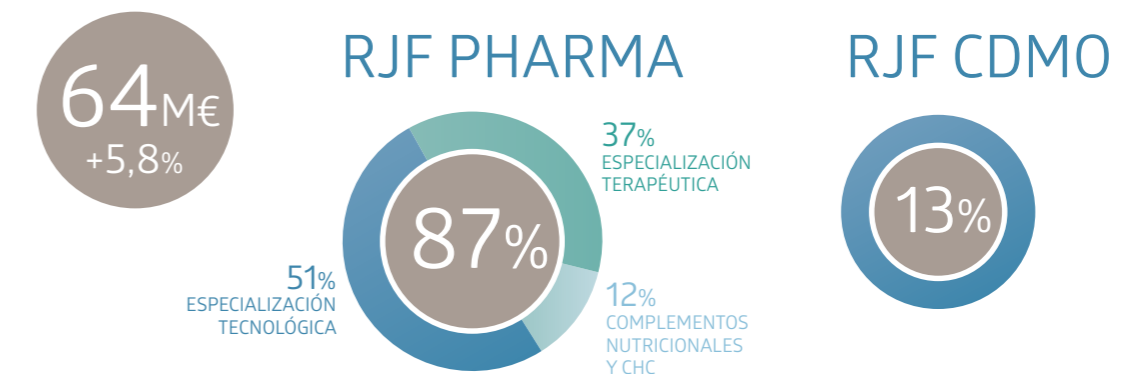
Ventas totales en España 2015:
64 M€

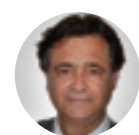
Peso respecto al total ventas compañía:
41%

Ventas en España de RJF Pharma (sin CDMO):
37 M€

Crecimiento RJF Pharma España respecto 2014:
+5,8%

Distribución ventas España 2015





¿Cuáles son los hechos más significativos que destacarías de 2015?

El hecho más transformacional ha sido la entrada en el sector de los complementos nutricionales de la mano de Forté Pharma, que nos ha permitido reforzar la estructura comercial en España y diversificar nuestra cartera de productos en un segmento muy complementario.

Y en cuanto a la evolución del negocio, haber cerrado el año con un crecimiento en ventas del 5,8%, a pesar de la aplicación de los nuevos precios de referencia publicados en abril de 2015.



¿Cuáles han sido los mayores retos?

Cuando una buena parte de tu cartera de productos está constituida por fármacos de prescripción sujetos a reembolso, el mayor reto es afianzar año tras año una estrategia que permita que los ajustes decretados por las administraciones no mermen tu capacidad de inversión en I+D.

El fortalecimiento en los últimos años de nuestra área de fármacos de especialidad y la reciente incorporación de los complementos nutricionales de Forté Pharma está favoreciendo una mayor diversificación de producto y, por tanto, un mejor equilibrio entre los retos y las oportunidades de crecimiento de la compañía.



¿Cómo se organiza actualmente la cartera de productos de RJF Pharma para España?

Reig Jofre tiene dividida su cartera de productos en tres grandes bloques: a) antibióticos e inyectables; b) productos de especialización terapéutica (dermatología, respiratorio y ginecología); c) complementos nutricionales y *consumer healthcare*.



¿Se ha realizado algún nuevo lanzamiento en 2015?

En 2015 se presentó al mercado *Nife-Par*®, el primer tratamiento oral líquido en el mundo con indicación específica para la amenaza de parto prematuro. *Nife-Par*® es el primer fármaco íntegramente desarrollado por el equipo de I+D de Reig Jofre, tras más de 6 años de investigación por el reto de la insolubilidad del principio activo.

El producto, que está protegido bajo patente, está posicionándose en centros hospitalarios nacionales de primer orden como primera línea de actuación en el tratamiento de la amenaza de parto pre-término.



¿Cuál es la estrategia comercial de Reig Jofre en España?

Estamos enfocando nuestros recursos cada vez más a la promoción de productos de mayor valor y rentabilidad, y apostando claramente por productos no sujetos a reembolso y por la gama de complementos nutricionales de Forté Pharma.



¿Qué porcentaje de las ventas de RJF en España proviene directamente de hospitales y cuál de farmacias o distribuidores?

En 2015 las ventas en hospitales representaron el 10,3% de la cifra de negocios total de RJF Pharma en España. El resto de las ventas se realizó a través de los canales de farmacia.



¿Cuál es la proporción de productos sujetos a fijación de precios y productos libres?

A cierre de 2015 el 37,6% es venta que no necesita prescripción médica y, por tanto, es producto cuyo precio no está regulado por la Administración Pública.



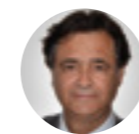
¿De qué manera afectan a su negocio la actualización de los precios de referencia fijados por el Ministerio de Sanidad?

Si tomamos como ejemplo 2015, las ventas de RJF Pharma en España crecieron en cifras absolutas 4,7 millones de euros en 2015 por aumento de unidades vendidas. Sin embargo, tuvimos que soportar un impacto negativo de 2,7 millones de euros por los nuevos precios de referencia fijados por el Ministerio en abril de 2015. Como decía anteriormente, en este entorno una correcta estrategia de diversificación de producto es clave para asegurar la rentabilidad del negocio y la continuidad de las inversiones en I+D.



¿Cuáles son los 10 principales productos de RJF Pharma en España?

Los diez primeros productos de RJF Pharma aportaron una cifra de negocios de 25,5 millones de euros en 2015, el 69% del total de las ventas de RJF Pharma en España. Cinco productos de la gama de especialización terapéutica (dermatología, respiratorio/ORL y ginecología) aportaron el 63% de la cifra de negocios del top-10, mientras que la gama de antibióticos e inyectables sumó el 26,5% de las ventas. El 11% restante provino de la gama de complementos nutricionales y *consumer healthcare*.



¿Comercializa RJF Pharma productos de otros laboratorios?

El modelo de negocio de Reig Jofre se ha centrado desde los inicios en el desarrollo, fabricación y comercialización de nuestros propios desarrollos. De toda la cartera de productos de RJF Pharma, únicamente 3 productos se comercializan bajo licencia.

FORTÉ PHARMA



Yann Rougier
Fundador /
Director Científico
1999*



François Gaydier
Director General
2008*



Eric Bendelac
Director General Adjunto
2008*



Chloé Fry
Directora de Desarrollo
y Marketing
2005*



Christine Guyon
Directora de Regulatorio
2000*



Michaël Pallud
Director de
Operaciones
2009*

* Año de incorporación en Reig Jofre

DAR BELLEZA A LA PIEL YO SOY EXPERTA



HIDRATACIÓN FIRMEZA NUTRICIÓN



LÍNEA PIEL

CONSEJOS DE BELLEZA en goelijocuidarme.es



Hemos diseñado un plan de expansión en nuevos mercados que nos ha permitido formalizar ya la entrada en Hong Kong

Ventas del área de complementos nutricionales y CHC en 2015:
35 M€

Crecimiento respecto 2014:
+3,0%

Numero empleados:
102

Categorías de producto Forté Pharma:
Control de peso / Salud / Energía / Belleza

Principales mercados Forté Pharma (% sobre sus ventas):
Francia (67%), Benelux (13%), España (13%) y Portugal (2%)

Lanzamientos 2015

Control de peso
CaptoRédux
Programme Détox Minceur

Energía
Camu Camu
Energie Taurine Power Sticks

Salud
Mélatonine
Propolis
Gelée Royale Junior
Magne Marin
Menocontrol
Oméga 3 végétal

Belleza
Expert Onagre
Expert Cheveux Men
Expert Cheveux Lotion
Expert Shampoing



¿Cuáles son los hechos más significativos que destacarías de 2015?

La integración en Reig Jofre que, adicionalmente a las sinergias por complementariedad de redes comerciales, permite a Forté Pharma evolucionar hacia un acercamiento más científico, apoyado en el trabajo conjunto de los equipos de I+D.



¿Cuáles han sido los mayores retos?

Con un consumo todavía en proceso de recuperación en Europa, uno de los mayores retos en los últimos años ha sido la gestión del mercado francés, y del segmento de control de peso en particular, que todavía tienen un peso importante en la cifra de negocios de Forté Pharma.

Adicionalmente, en 2015 hemos tenido el reto de acelerar los tiempos de integración entre los equipos y procesos de Forté Pharma y Reig Jofre, especialmente en lo relativo a la logística en España y a las áreas administrativas, de desarrollo científico y regulatorio.



¿Cómo se ha avanzado durante 2015 en la transferencia productiva y la integración logística de Forté Pharma en Reig Jofre?

Se ha trabajado intensamente en este terreno durante 2015, y en el primer trimestre de 2016 se ha realizado la primera producción integrada. En lo relativo a la logística y distribución de producto, el centro logístico de Reig Jofre en Toledo centraliza desde noviembre toda la actividad de la compañía en España.



¿Cuál es la distribución de las ventas de Forté Pharma por categoría de producto?

Forté Pharma ha trabajado intensamente en los últimos años para ampliar su cartera de complementos nutricionales y diversificar su oferta. A modo de ejemplo, en 2008 el 74% de la cifra de negocios de Forté Pharma provenía de la categoría de control de peso; el 18% de las categorías de salud y energía y el 7% de la categoría de belleza. A cierre de 2015, control de peso ha aportado el 54% de las ventas, energía el 18%, belleza el 17% y salud el 11%. Dicho esto, el control de peso sigue siendo nuestra categoría paraguas, si bien vamos consolidando productos estrella en cada una de nuestras categorías.



¿Cuáles son los 5 productos de Forté Pharma con mayores ventas?

Minceur 24, Turbodraine, Liporedux, Vitalité 4G y Calorilight son los cinco primeros productos en ventas de Forté Pharma. Minceur 24, Turbodraine, Calorilight y Vitalité 4G son productos con una trayectoria en el mercado superior a diez años y un posicionamiento reconocido dentro de sus respectivas categorías. Liporedux se presentó en 2014.



¿Qué nuevos desarrollos se han presentado en 2015?

En 2015 se han presentado catorce nuevos productos, de los cuales once se han lanzado en Francia, siete en Bélgica, cuatro en España y cuatro en Portugal. Se trata de dos productos de la gama Control de peso, seis de la gama de Salud, cuatro de la gama de Belleza y dos de la gama de Energía.



¿En qué mercados se comercializan los productos de Forté Pharma?

Actualmente Forté Pharma cuenta con equipo comercial propio en Francia, Benelux, España, Portugal y Reino Unido. Estos mercados aportaron en 2015 el 95% de la cifra de negocios de Forté Pharma. Adicionalmente, la compañía mantiene acuerdos con distribuidores en Austria, Italia, Marruecos, Antillas Holandesas, islas del Océano Índico, Grecia, África subsahariana, Líbano, Hong Kong, Bulgaria, Kuwait y Túnez.



¿Existen acuerdos para entrada en nuevos mercados?

Tras la fusión con Reig Jofre y la proyección internacional de la compañía, Forté Pharma ha diseñado un plan de expansión en nuevos mercados, a través de acuerdos con distribuidores locales. Fruto de esta estrategia, en 2015 se han iniciado contactos en una decena de mercados de Europa y Asia, que han permitido como primera consecución formalizar la entrada en Hong Kong en el primer trimestre de 2016.



¿Se han comercializado productos de Forté Pharma a través de la red de Reig Jofre y vice-versa?

En base a la fortaleza de Forté Pharma en el segmento capilar en Bélgica, en 2015 se lanzó a través de los equipos comerciales propios en este mercado, un desarrollo de Reig Jofre contra la alopecia masculina, comercializado bajo la marca de Forté Pharma "Expert Cheveux Man", así como un champú y una loción capilar que completan la gama actual.

Igualmente, Forté Pharma inició en 2015 la introducción de su gama de belleza a través de los equipos que Reig Jofre tiene en Suecia.



¿Cuál es la salud del mercado del complemento nutricional en Europa? ¿Se ha producido algún cambio de tendencias en los últimos años?

El complemento nutricional basa su aparición en la evolución de aquellas sociedades que cuentan con un acceso garantizado a la alimentación, una comprensión sobre los hábitos de vida saludables y un interés y necesidad creciente por retrasar y reducir el deterioro del organismo en una población con una esperanza de vida en crecimiento. Estos hechos no solo no se han modificado en estos años, sino que las presiones en los sistemas de sanidad públicos han acrecentado una mayor conciencia sobre la responsabilidad del individuo hacia su propia salud.

En este contexto, sigue en aumento el interés por una alimentación equilibrada y la práctica de ejercicio como base de un mayor bienestar. Y en este escenario, el complemento nutricional se convierte en un aliado con el que combatir las carencias ocasionadas por los diferentes procesos de desgaste físico y emocional a los que nuestro organismo está expuesto a lo largo del año.

PRESENCIA INTERNACIONAL

Internacional Pharma



Gerardo González
Director Internacional
Área Pharma
1999*



Simon Bjorklund
Director Suecia
2010*



John Nightingale
Director Reino Unido
2015*

Internacional Forté Pharma



Divakar Mallya
Director Singapore
2015*



François Gaydier
Director General
Forté Pharma
2008*



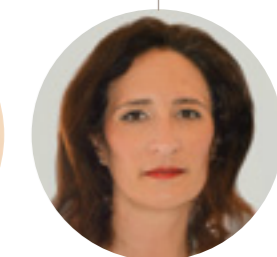
Olivia Lebrun
Directora de Ventas
Francia
1999*



Frédéric Guarnieri
Director Grandes Cuentas
Francia
2002*



Gérald Cosyns
Director Benelux
2004*



Carla Vidal
Directora Portugal
2009*

* Año de incorporación en Reig Jofre

Los antibióticos y los inyectables nos han posicionado con solidez en los mercados internacionales. Ello será la palanca para el crecimiento futuro de nuestra gama de especialidades terapéuticas

Ventas fuera de España 2015:
92,9 M€ (59% sobre el total compañía)

Crecimiento respecto 2014:
+2,1%

Principales mercados internacionales (% sobre total ventas compañía):
Francia (16%), Reino Unido (9%), Suecia (6%), Alemania (5%), Italia (2%), Benelux (2%), Portugal (1%)

Redes de ventas propias en:
Suecia, Reino Unido, Francia, Benelux y Portugal

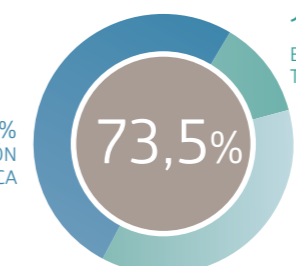
Presencia comercial en:
58 países a través de más de 130 socios comerciales y licenciatarios



Distribución ventas internacionales 2015

93 M€
+2,1%

RJF PHARMA

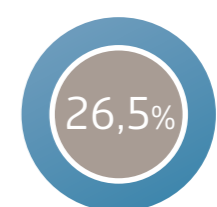


51%
ESPECIALIZACIÓN
TECNOLÓGICA

13%
ESPECIALIZACIÓN
TERAPÉUTICA

36%
COMPLEMENTOS
NUTRICIONALES
Y CHC

RJF CDMO





¿Cómo se estructura la presencia comercial de Reig Jofre en el mundo?

Fuera de España, Reig Jofre tiene presencia directa con redes de venta propias en Suecia (vinculada a las instalaciones productivas en Malmö), así como en Reino Unido, cuya filial se creó en 2015. Adicionalmente, estamos presentes en 58 países en los 5 continentes a través de más de 130 socios comerciales y licenciarios.



A través de Forté Pharma, la compañía cuenta con redes comerciales propias en Francia, Benelux y Portugal, así como acuerdos con distribuidores en Austria, Italia, Marruecos, Antillas Holandesas, islas del Océano Índico, Grecia, África subsahariana, Líbano, Hong Kong, Bulgaria, Kuwait y Túnez.



¿Cuáles son los hechos más significativos que destacarías de 2015?

La incorporación de los mercados internacionales en los que está presente Forté Pharma mediante su red de ventas propia, y muy especialmente Francia y Bélgica.



La creación de la filial de Reig Jofre en Reino Unido que aglutina toda la actividad comercial de la compañía en este país, que incluye ventas a farmacias y hospitales.

La constitución de una *joint-venture* en Singapur para reforzar la penetración comercial de la compañía en cuatro países pertenecientes a la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (Sri Lanka, Camboya, Laos y Myanmar) y complementar las relaciones comerciales directas que ya tenemos en los otros países de la zona.

El acuerdo de suministro de un inyectable de uso hospitalario para Japón firmado con Maruishi Pharma.



¿Cuáles son los principales países en ventas fuera de España?

En 2015, los mercados fuera de España aportaron el 59% de las ventas. El 49% se concentró en Europa, con una gran diversificación entre 11 países, con Reino Unido, Suecia, Alemania e Italia entre los principales. Fuera de Europa, destacaron mercados como Arabia Saudí, Chile, Canadá, Sudáfrica y Vietnam.



Por lo que respecta a Forté Pharma, Francia, Benelux y Portugal son los principales mercados fuera de España. Se trata de países que cubrimos mediante red de ventas propia.



¿Se ha entrado en nuevos mercados en 2015?

Además de los avances mencionados en Reino Unido, Japón y Singapur, en 2015 hemos iniciado relaciones comerciales en 7 nuevos mercados internacionales, entre ellos Iraq, Ucrania y Zambia.



¿Qué enfoque estratégico se está dando a esta área para su desarrollo futuro?

La búsqueda de socios comerciales y licenciarios para la venta de nuestros antibióticos e inyectables estériles de uso hospitalario ha sido tradicionalmente la punta de lanza de la internacionalización de la compañía. La madurez y recurrencia de esta área de negocio ha permitido a la compañía invertir en el desarrollo de sus propias marcas en productos de especialidad en las áreas terapéuticas de dermatología, respiratorio/ORL y ginecología, cuyo primer mercado comercial ha sido naturalmente España.



Sin embargo, en los últimos años hemos iniciado el registro de productos de especialidad en varios mercados fuera de España y estamos empezando a replicar a nivel internacional la estrategia de diversificación de producto desarrollada en España en los últimos años, que tan buenos resultados está dando.

Tras la fusión con Reig Jofre, Forté Pharma diseñó un plan de expansión en nuevos mercados, a través de acuerdos con distribuidores locales, con especial interés en Asia y Latinoamérica. Ello ha permitido como primer hito formalizar la entrada en Hong Kong en el primer trimestre de 2016.



¿Cuáles han sido los mayores retos en 2015?

Conseguir el acceso al mercado japonés después de un intenso trabajo de dos años. Japón es el segundo mercado farmacéutico más importante del mundo y obtener las certificaciones correspondientes por parte de las autoridades japonesas abre grandes posibilidades en otros mercados asiáticos.

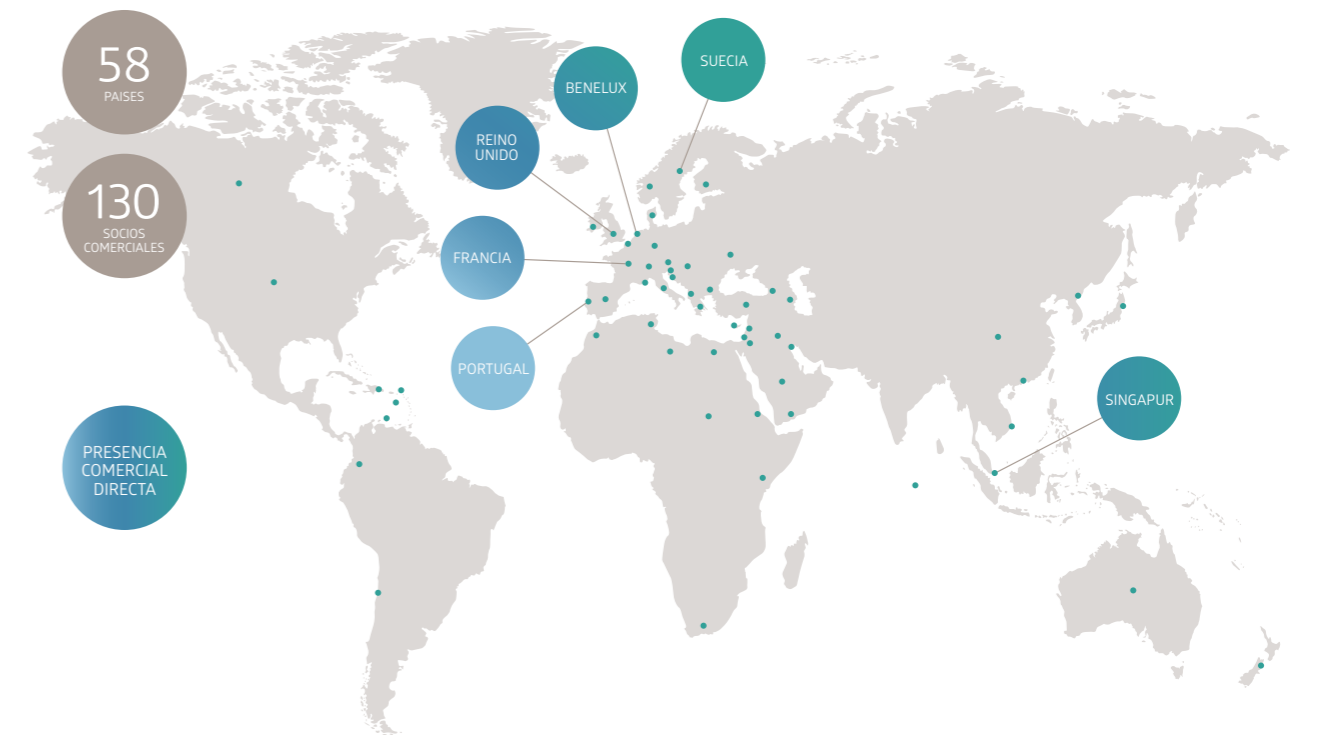
En la gama de antibióticos e inyectables genéricos de uso hospitalario, asegurar que año tras año no se produce ningún retroceso en ventas, número de licenciarios o número de países.

Adaptar el modelo de negocio para la comercialización internacional de productos de especialidad. Esta diversificación comercial requiere de unos acuerdos de distribución específicos, donde la atención a la marca del producto es clave, y unos socios comerciales diferentes que para los genéricos de uso hospitalario.



En un entorno de consumo en vías de recuperación en Europa, uno de los mayores retos ha sido la gestión del mercado francés, principal mercado para Forté Pharma, donde los complementos nutricionales para el control de peso son todavía la primera categoría para la compañía.

Presencia internacional de Reig Jofre



FINANZAS Y SERVICIOS CORPORATIVOS



Gabriel Roig
Director General
CFO
2003*



Alejandro García
Director Financiero
1992*



Estefanía Ruiz
Responsable Contabilidad
2001*



Marc Ramos
Responsable Consolidación
2011*



Victoria Serra
Directora de Recursos Humanos
1988*



Carmen Esclapés
Directora de IT
2003*

* Año de incorporación en Reig Jofre

Reig Jofre tiene una clara voluntad de crecimiento orgánico e inorgánico y cuenta con diferentes alternativas de financiación para acometer sus planes de desarrollo

Número de empleados:
43

Cifra de negocios 2015:
156,9 millones de euros (+2,9%)

Ebitda:
17,1 millones de euros (+14,3%)

Beneficio neto:
8,7 millones de euros (+27,8%)

Indicadores financieros 2015

Deuda neta/EBITDA	0,81 x	Beneficio por acción	0,14 €
Deuda neta/Capitalización	0,06 x	Valor contable por acción	2,00 €
Deuda neta/Valor contable	0,11 x	Dividendo por acción	- €
EBITDA/Intereses fin.	0,06 x	Rentabilidad dividendo	- %
EV/Sales	1,48 x	Rentabilidad CF operativo	0,07 %
EV/EBITDA	13,55 x	Rentabilidad CF libre	1,63 %
EV/EBIT	19,73 x	Retorno sobre el capital empleado	8,39 %
PER	24,93 x		
Precio/Flujo caja operativo	18,24 x		
Precio/Valor contable	1,73 x		

**¿Cuáles son los hechos más significativos que destacarías de 2015?**

Si la operación de fusión con Natraceutical marcó claramente el 2014, en 2015 ha sido el turno de la integración de ambas compañías. Ello ha implicado a todas las áreas de Reig Jofre (producción, redes comerciales, I+D, recursos humanos, etc.) y sin duda también al departamento financiero donde, a la integración contable de los negocios, se ha unido la adecuación del departamento para atender los requisitos legales de control y reporte de información como compañía cotizada.

**¿Cuáles han sido los mayores retos?**

Resultado de lo anterior, uno de los mayores retos ha sido gestionar el día a día del área económico-financiera de una compañía de mayor tamaño, atendiendo adecuadamente la elaboración de información para el reporte a la Comisión Nacional del Mercado de Valores y a la comunidad inversora.

**¿Cuál es la estructura financiera de la compañía?**

Reig Jofre cerró 2015 con una deuda financiera bruta de 23,6 millones de euros y una posición de tesorería de 9,4 millones de euros, lo que sitúa el ratio de endeudamiento en 0,8 veces el ebitda de la compañía. El 65% de dicha deuda está estructurada a largo plazo, con compromisos de amortización anuales en torno a 2 millones de euros.

**¿En qué divisas opera la compañía?**

De los 156,9 millones de euros de ventas en 2015, un 9% se realizó en 5 divisas distintas al euro. El dólar americano fue la principal moneda extranjera en la que se realizaron ventas, aportando un 4% de la cifra de negocios, seguida por la corona danesa, con el 2% de las ventas, y la corona noruega y la libra esterlina, con el 1% respectivamente. En menor importe se realizaron ventas en coronas suecas (0,4% de la cifra de negocios).

**¿Cuál es la tasa impositiva de Reig Jofre?**

Cambios en los tipos impositivos en España en 2015, junto con ingresos de la nueva filial en Reino Unido (con menor tasa impositiva que en España) y la existencia de créditos fiscales redujeron el gasto fiscal de 2015 del 26% al 21%. Sin embargo, la tasa impositiva efectiva se situó en el 13,9%, lo que significa un pago fiscal de 1,53 millones de euros, teniendo también en cuenta deducciones por I+D adicionales. Según las limitaciones establecidas por la legislación fiscal vigente, en 2015 la compañía utilizó 1,17 millones de euros de bases imponibles negativas sobre un total de 68 millones de euros, provenientes de Natraceutical.

**¿Qué caja libre generó el negocio en 2015?**

En 2015 la posición de tesorería tras servicio de la deuda, variación del circulante, impuestos, e inversiones de mantenimiento ascendió a 9,4 millones de euros.

**¿Qué destino dio la compañía a estos recursos financieros?**

Adicionalmente al mantenimiento de las instalaciones fabriles, en 2015 se invirtieron 6,0 millones de euros en ampliación de la capacidad productiva y 1,2 millones de euros a proyectos de I+D (junto con la inversión del 4% de la cifra de negocios destinada a I+D a través de la cuenta de pérdidas y ganancias).

En 2015 Reig Jofre multiplicó por dos las inversiones (capex) en sus instalaciones productivas e I+D, pasando éstas de 4,5 millones de euros en 2014 a 8,8 millones de euros en 2015.

**¿Se realizó alguna operación de crecimiento no orgánico en 2015?**

En el mes de abril se anunció la adquisición de las licencias comerciales en Reino Unido de cuatro productos dermatológicos de uso tópico de consolidada presencia en este mercado (*Synalar*, *Metosyn*, *Crystacide* y *Mycanol*). El importe de la operación ascendió a 5 millones de euros y fue financiado por el Fondo para Inversiones en el Exterior de la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES). Se estima que esta cartera de productos aporte ventas anuales en torno a 2,2 millones de euros y un margen EBITDA en torno al 40%, muy superior a la rentabilidad media de la cartera de productos Reig Jofre.

**¿Cómo espera financiar Reig Jofre nuevos proyectos de crecimiento?**

Reig Jofre tiene una clara voluntad de crecimiento orgánico e inorgánico y cuenta con diferentes alternativas de financiación para acometer sus planes de desarrollo. En función del tamaño de los proyectos que se analicen en cada momento, la compañía cuenta con la propia generación de caja del negocio, una capacidad de endeudamiento bancario adicional y, desde el pasado año, la posibilidad de acudir al mercado de capitales si el proyecto así lo requiere.

**¿Cómo evolucionó la plantilla de Reig Jofre en 2015?**

El equipo humano de Reig Jofre se incrementó en 44 personas en 2015, lo que implicó un crecimiento del 5,5% respecto a la plantilla del año anterior. Un entorno laboral estable y generador de empleo es uno de los objetivos prioritarios de la compañía.

**¿Algún reto tecnológico a destacar?**

Desde la integración de los nuevos negocios hasta la eficiencia de los procesos más básicos, pasando por la relación con nuestros clientes, las nuevas tecnologías impactan a lo largo y ancho de las organizaciones. Ningún área queda a salvo. El usuario ya no se conforma con una herramienta que le permita hacer su trabajo y exige, cada vez más, una visión 360 grados del negocio. Eso supone un reto fascinante para el departamento de IT.

RELACIÓN CON INVERSORES Y COMUNICACIÓN



Gloria Folch
Directora Relación con Inversores y Comunicación 2007*



Inma Santa-Pau
Responsable de Relación con los Medios 2010*

* Año de incorporación en Reig Jofre



Parquet de contratación del Palacio de la Bolsa de Madrid

El Consejo de Administración ha manifestado su voluntad de iniciar una política de dividendos con cargo al ejercicio 2016

Bloomberg / Reuters:
RJF SM / RJFE.MC

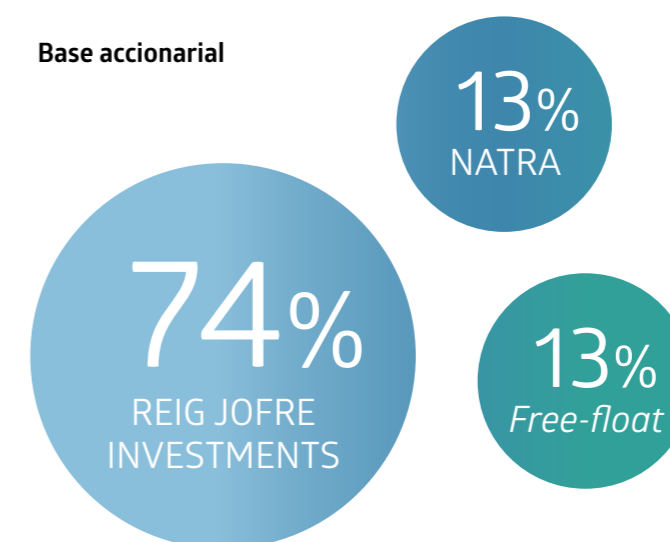
Capitalización bursátil a 31/12/2015:
209 millones de euros

Acciones en circulación:
63.214.220

Contrasplit:
1x20, realizado en septiembre de 2015

Dividendo en 2015:
No

Base accionarial





¿Cuáles son los hechos más significativos que destacarías de 2015?

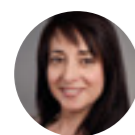
La fusión entre Natraceutical y la antigua Reig Jofre, que otorgó a ambas compañías una nueva dimensión y una nueva realidad en el mercado bursátil, de la que ha habido que informar a la comunidad inversora como si se tratara de la salida a Bolsa de una nueva compañía.

Vinculado a lo anterior, la adecuación de los órganos de gobierno a la nueva condición de Reig Jofre como compañía cotizada y de los equipos internos de finanzas y relación con inversores para garantizar el cumplimiento de todas las obligaciones frente al mercado.



¿Cuáles han sido los mayores retos?

Fruto del canje de activos en la fusión, el *free-float* de la compañía quedó reducido al 13%, compuesto en su totalidad por los antiguos accionistas de Natraceutical. Esto ha afectado muy significativamente a la liquidez del valor. Sabíamos que esto sería así por no ser la presencia de Reig Jofre en Bolsa el resultado de una OPV, en la que se realiza una difusión del proyecto y una colocación atomizada del 25-30% de la compañía, pero nos hubiera gustado poder acelerar el proceso de incremento del capital flotante, como primer paso para aumentar la liquidez del valor.



¿Cuál es la estructura accionarial de la compañía?

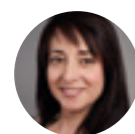
Tras la fusión entre la empresa de capital familiar Reig Jofre y la cotizada Natraceutical, la nueva base accionarial quedó compuesta por: un 74% en manos de la familia Reig, en su totalidad vehiculado a través de la sociedad Reig Jofre Investments, S.L.; un 13% en manos de la compañía chocolatera Natra, también cotizada en el mercado de valores español; y el 13% restante de capital flotante.



¿Cuál es la voluntad de permanencia de los principales accionistas en la compañía?

La familia Reig ha manifestado en numerosas ocasiones su voluntad de permanencia y apoyo al proyecto. A priori, no desean aumentar su participación para evitar una mayor concentración de la base accionarial y únicamente podrían plantearse reducir su participación para fomentar un incremento del capital flotante o un mejor gobierno de la compañía.

En cuanto a Natra, según hecho relevante de agosto de 2015, este accionista solicitó su baja del consejo de administración de Reig Jofre para concentrarse en su principal negocio, en la industria del cacao y el chocolate. Por tanto, entendemos que existiría la posibilidad que el aumento del *free-float* de Reig Jofre se pudiera articular a través de un proceso ordenado de colocación de la participación de Natra. Pero esta es una decisión que compete únicamente al accionista.



¿Cuál es el perfil de los accionistas que componen el *free-float*?

El capital flotante de Reig Jofre lo componen a fecha de este documento en torno a 9.280 accionistas, siendo en su amplia mayoría minoristas.



¿Por qué se realizó un contrasplit en septiembre de 2015?

La fusión de Natraceutical y la antigua Reig Jofre dio lugar a una compañía totalmente nueva en cuanto a la estructura de negocio y fundamentales financieros. Sin embargo, el nuevo proyecto recogió la realidad en



¿Se ha fijado ya una política de dividendos?

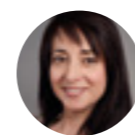
El Consejo de Administración ha manifestado su voluntad de iniciar una política de dividendos con cargo al presente ejercicio 2016, que deberá concretarse en la Junta de Accionistas de 2017 que aprobará las cuentas de este ejercicio.



¿Cuál ha sido la evolución de la cotización en 2015?

Fruto de la escasa trayectoria de la nueva Reig Jofre en Bolsa y la reducida liquidez del valor, el comportamiento de la cotización a lo largo de 2015 ha sido muy volátil. Mientras en el primer semestre de 2015 la acción de Reig Jofre se revalorizó un 40% frente a una revalorización del 5% del Ibex35, en el segundo semestre Reig Jofre retrocedió un 33% frente a un retroceso del 11% del Ibex35. Con ello, la acción de Reig Jofre cerró 2015 en niveles de 3,451 euros, lo que significó un retroceso del 6% y una valoración de 14,5 veces EBITDA, frente a minusvalías del 7% para el Ibex35.

El primer trimestre de 2016 tampoco estuvo exento de volatilidad en los mercados, y la compañía cerró los tres primeros meses del año con un retroceso de su acción del 1,9%, frente a una caída del 8,6% del Ibex35.



¿Qué analistas cubren el valor?

Desde enero de 2016 contamos con el análisis de La Caixa y seguimos trabajando para ampliar el conocimiento sobre la compañía y mejorar las condiciones de liquidez del valor, que permitan atraer un mayor interés por parte de la comunidad de analistas e inversores.



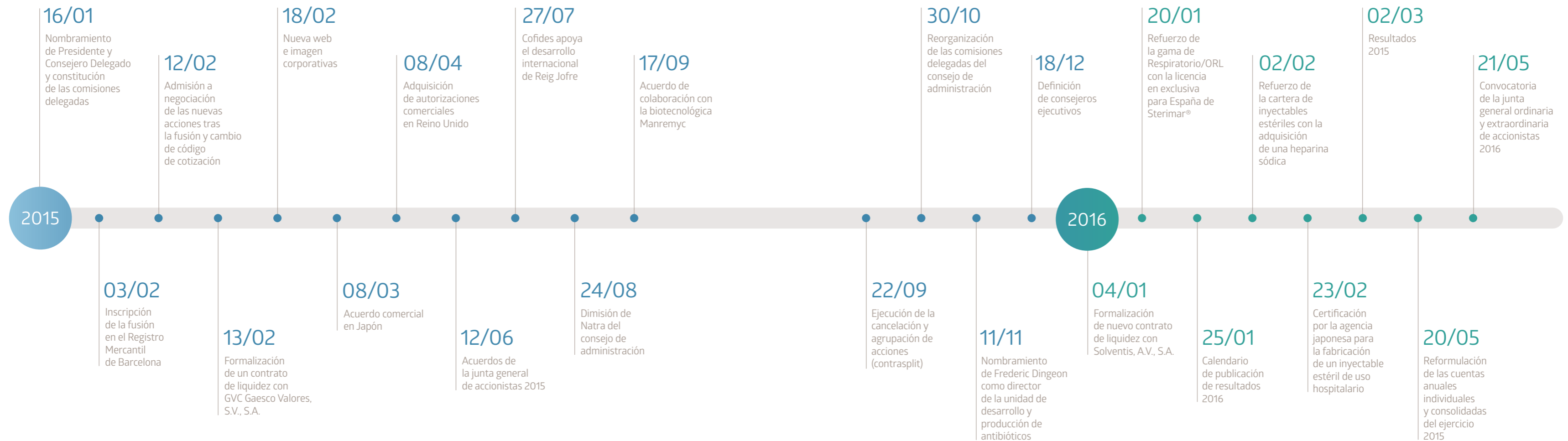
¿Qué prioridades se plantean para el ejercicio 2016?

No solo por el compromiso alcanzado entre los dos principales accionistas y la Comisión Nacional del Mercado de Valores en el momento de la fusión, sino por voluntad expresa del consejo de administración, nos marcamos como absoluta prioridad en este 2016 liderar desde la compañía medidas para un aumento del *free-float* efectivo, que permita un incremento gradual de la liquidez del valor y una mayor eficiencia en Bolsa. Ello deberá ir acompañado de una intensa política de presentaciones y encuentros con la comunidad inversora nacional e internacional.

RESUMEN DEL AÑO

PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS

Se presentan a continuación los principales acontecimientos del ejercicio 2015 y los hechos relevantes acontecidos tras el cierre del ejercicio. Todos ellos pueden ser consultados en la sección de Noticias de la página web de la compañía, www.reigjofre.com





<http://bit.ly/1Z2OTDm>

*Descargue aquí el informe de auditoría,
las cuentas anuales, el informe de gestión,
el informe de gobierno corporativo y el informe de
remuneraciones de los consejeros del ejercicio 2015*

Se pueden solicitar ejemplares de esta Memoria Anual al departamento de relación con inversores a través del teléfono 93 480 67 10 - ext. 1242 o por correo electrónico a: investors@reigjofre.com

Esta Memoria Anual está también disponible en la página web de la compañía: www.reigjofre.com

Reciba puntualmente las noticias de Reig Jofre a través del centro de suscripción habilitado en la página web

Edición y diseño

ThinkRoom · Branding Solutions
www.think-room.com

Fecha de edición

Junio de 2016

REIG  JOFRE

Gran Capità 10 · 08970 Sant Joan Despi · Barcelona, Spain · T. +34 93 480 67 10 · www.reigjofre.com