



Equity Story

Octubre 2022

Aviso legal

Esta comunicación contiene información y afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro sobre Labiana. Asimismo, incluye proyecciones y estimaciones financieras con sus presunciones subyacentes, declaraciones relativas a planes, objetivos, y expectativas en relación con futuras operaciones, inversiones, sinergias, productos y servicios, y declaraciones sobre resultados futuros. Las declaraciones con proyecciones de futuro no constituyen hechos históricos y se identifican generalmente por el uso de términos como “espera”, “anticipa”, “cree”, “pretende”, “estima” y expresiones similares. Si bien Labiana considera que las expectativas recogidas en tales afirmaciones son razonables, se advierte a los inversores y accionistas de Labiana de que la información y las afirmaciones con proyecciones de futuro están sometidas a riesgos e incertidumbres, muchos de los cuales son difíciles de prever y están, de manera general, fuera del control de Labiana, lo que podría provocar que los resultados y desarrollos reales difieran significativamente de aquellos expresados, implícitos o proyectados en la información y afirmaciones con proyecciones de futuro. Entre tales riesgos e incertidumbres están aquellos identificados en los documentos remitidos por Labiana a BME Growth y que son accesibles al público. Se recomienda no tomar decisiones sobre la base de afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro, ya que se refieren exclusivamente a la fecha en la que se manifestaron, no constituyen garantía alguna de resultados futuros y no han sido revisadas por los auditores de Labiana. La totalidad de las declaraciones o afirmaciones de futuro de forma oral o escrita emitidas por Labiana o cualquiera de sus miembros del consejo, directivos, empleados o representantes quedan sujetas, expresamente, a las advertencias realizadas. Las afirmaciones o declaraciones con proyecciones de futuro incluidas en este documento están basadas en la información a disposición de Labiana a la fecha de esta comunicación.

Índice

- 1. Propuesta de inversión**
2. Visión general de la empresa
3. Modelo de negocio
4. Plan de crecimiento 2022-2026
5. Estrategia financiera
6. Por qué Labiana

Una **compañía global integrada** en las industrias de **salud animal y humana** con un **portfolio diversificado** de productos y negocios y una amplia cartera de clientes de primer nivel a los que les une una **relación de confianza de larga duración**, tanto en salud humana como animal.



Una historia de crecimiento



Fortalezas únicas

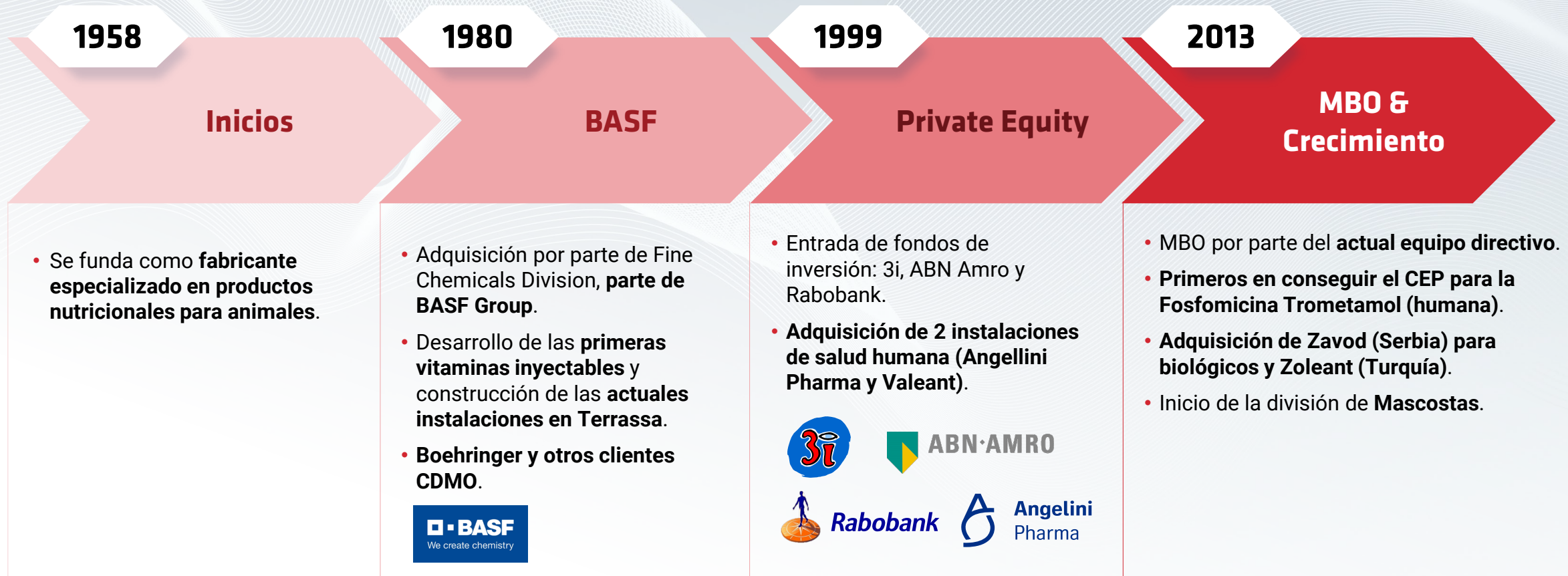


Entorno de industria con dinámica y perspectivas favorables

Índice

1. Propuesta de inversión
- 2. Visión general de la empresa**
3. Modelo de negocio
4. Plan de crecimiento 2022-2026
5. Estrategia financiera
6. Por qué Labiana

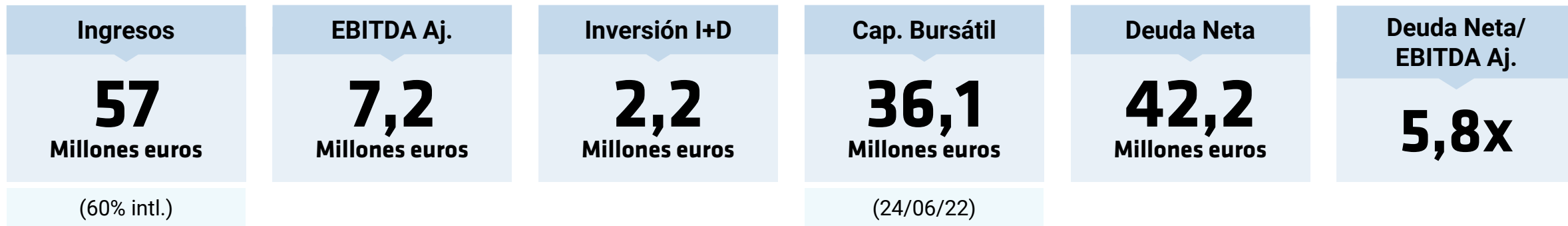
Labiana integra la herencia industrial de diferentes empresas multinacionales (BASF, Angellini Pharma y Valeant) con el espíritu emprendedor de su equipo directivo



BASF inició el negocio de **CDMO** para **clientes de primer nivel**

Labiana de un vistazo

Filiales en España, Serbia, Turquía, México y Ecuador, con centros de producción distribuidos entre España y Serbia.



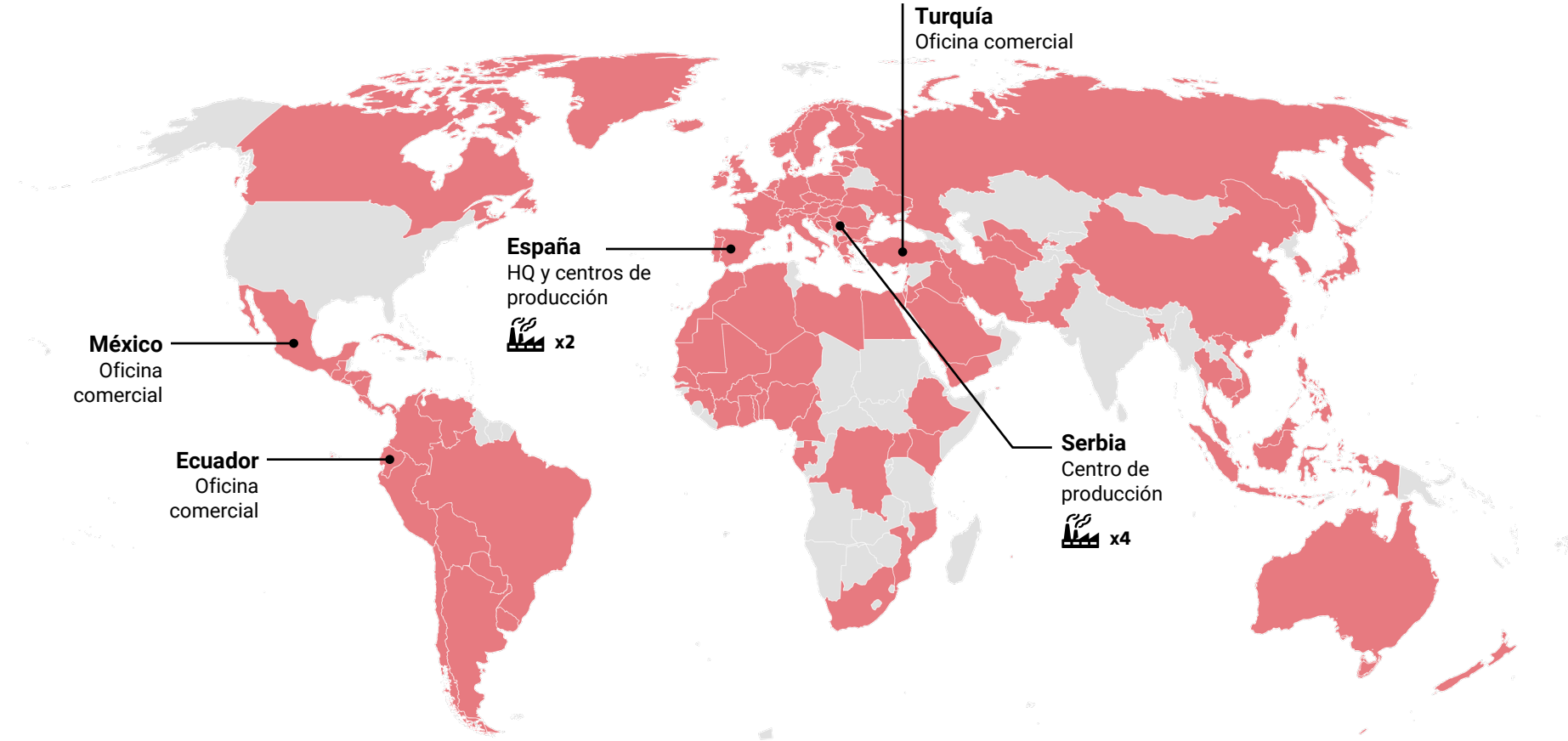
+300 Clientes

+460 Empleados

MA's >870

Sólida presencia internacional en el sector veterinario y farmacéutico

Los productos fabricados por Labiana se encuentran en más de 150 mercados, con registros de productos propios en más de 90 países.



Una **red mundial** en la que apoyarse para el **crecimiento futuro**

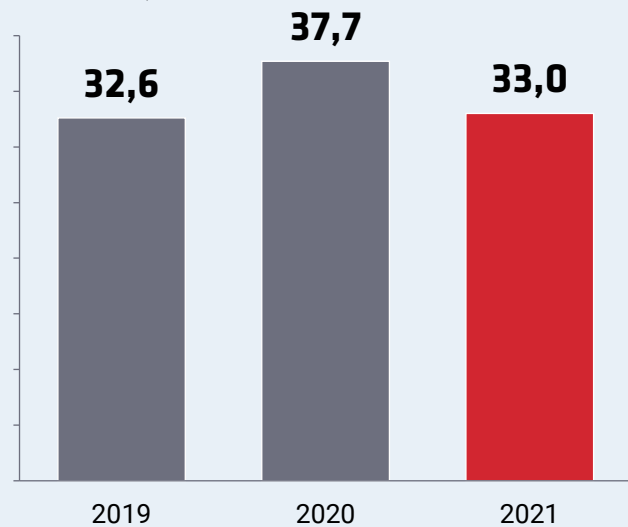
Líneas de negocio:

CDMO proporciona estabilidad y visibilidad de ingresos, mientras que el desarrollo y la comercialización de productos fomentan el crecimiento.

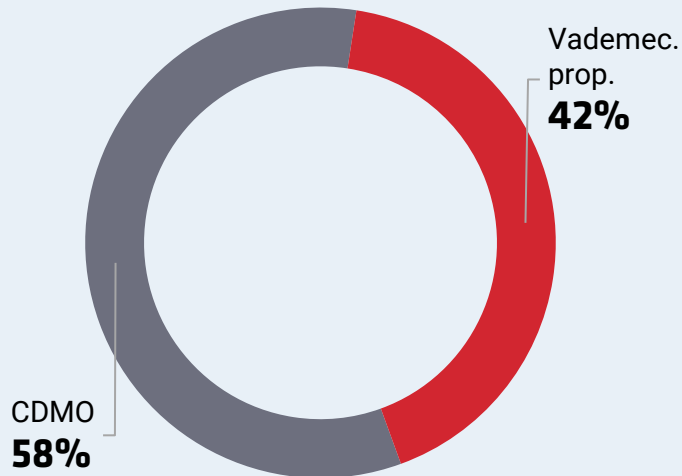
CDMO

Histórico de ingresos
(Millones euros)

CMPA
2019-21
0,3%



- Transferencia de productos.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Fabricación.

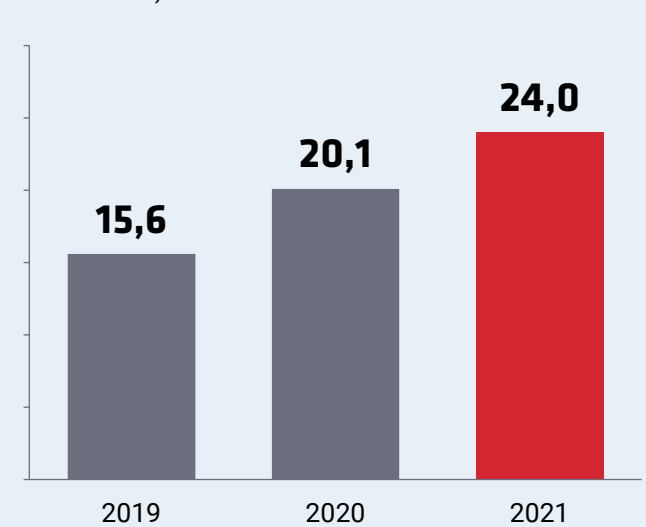


Las **transferencias de productos** y el **desarrollo de productos** para los clientes de la CDMO **se contabilizan como ingresos por servicios**.

Vademecum Propio

Histórico de ingresos
(Millones euros)

CMPA
2019-21
15,5%

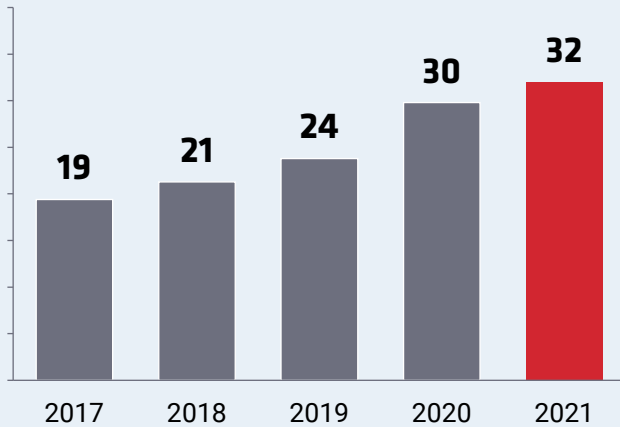


- Producto propio.
- Productos Licensed-in (ganadería, mascotas, productos sanitarios).
- Productos Licensed-out (licencias, profit sharing).

Negocios de **Salud Humana** y **Salud Animal**, una historia de **crecimiento**

Salud Animal Histórico de ingresos (Millones euros)

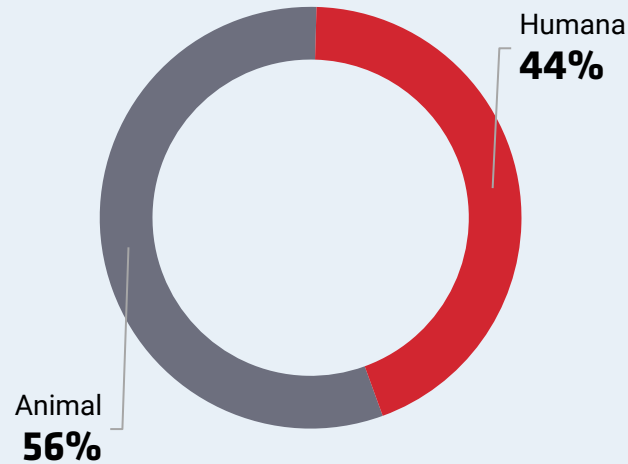
CMPA
2017-21
10,5%



Precios **no regulados** por ninguna autoridad.

Ventajas competitivas:

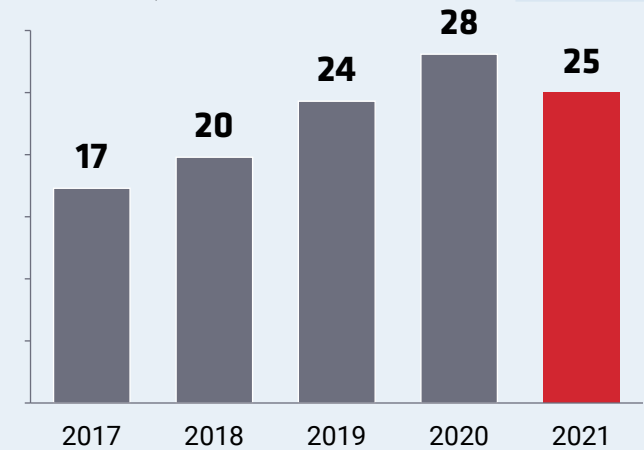
- Desarrollo de primeros genéricos de medicamentos patentados.
- 10 áreas terapéuticas diferentes en nuestra área de producto propio.
- Cepario propio y know how en la producción de antígenos bacterianos y víricos.
- Amplio know-how en producción de inyectables y hormonas
- Instalaciones para biológicos y capacidad I+D.



Ambos negocios
están **regulados** bajo
la **misma Agencia y**
estándares.

Salud Humana Histórico de ingresos (Millones euros)

CMPA
2017-21
7,6%



Precios finales **regulados** por la Agencia del Medicamento en cada país (arbitraje Oporto).

Ventajas competitivas:

- Un producto propio (Fosfomicina trometamol, antibiótico específico para infecciones urinarias) en un nicho de mercado con alcance mundial.
- 22 áreas terapéuticas en el negocio de CDMO.
- Know-how en la producción de liofilizados y chicles.
- Autorizaciones para psicótrópos, narcóticos y hormonas esterilizadas.

Extensa cartera de clientes de primer nivel con relaciones contractuales de larga duración

>300 Clientes
a nivel mundial

3 a 5 años
duración media de contratos

25 años
de relación con los clientes más antiguos

15 años
Relación media (top 10)

Animal

Humana



Clientes Top en CDMO

Clientes Top en productos veterinarios



Otros clientes relevantes



Clientes Top en CDMO

Clientes Top en Fosfomicina



Otros clientes relevantes



Alto coste de sustitución debido a los fuertes requisitos normativos que generan barreras de entrada a otros actores

Índice

1. Propuesta de inversión
2. Visión general de la empresa
- 3. Modelo de negocio**
4. Plan de crecimiento 2022-2026
5. Estrategia financiera
6. Por qué Labiana

Labiana cubre **todo el espectro** de **servicios** en **todas las etapas** con una **sólida capacidad interna** para **desarrollar, fabricar y comercializar** una amplia gama de productos

Desarrollo

- Desarrollo galénico.
- Desarrollo de métodos analíticos.
- Validaciones analíticas.
- Lotes de laboratorio.
- Lotes piloto. Estudios de estabilidad (En curso, VICH y Consejo Internacional de Armonización (ICH), Test en uso).
- Otros servicios:
 - ✓ Formulaciones diseñadas y probadas para garantizar los mejores resultados.
 - ✓ Pruebas preliminares para mejorar formulaciones.

Propio de la cadena de valor de CDMO

Caso de transferencia de productos ya desarrollados:

- Validación de métodos.
- Lotes piloto.

Regulación y Registros

- Preparación y presentación de los documentos requeridos por las Autoridades Sanitarias y cambios posteriores a la aprobación para obtener la Autorización de Mercado (AM).
- Registro internacional de productos.
- Apoyo a la creación de material gráfico.

Suministro y Producción

- Abastecimiento de componentes.
- Control de calidad de entrada de producto.
- Producción.
- Control de calidad del producto acabado.
- Suministro.

Algunos clientes prefieren suministrar los API para sus productos, ya que pueden tener poder de compra con el proveedor.

Comercialización

- Acuerdos de distribución.
- Licencias de uso.
- Reparto de beneficios.

Normalmente los clientes comercializan su propio producto. En algunos casos, se puede acordar un contrato comercial de distribución en España o en mercados en los que Labiana está introducido.

CDMO: Vectores de crecimiento

La subcontratación de la producción a un proveedor independiente profesionalizado representa una solución conveniente y rentable para los productos de terceros.

Complejidad galénica y de producción
(curva de aprendizaje)

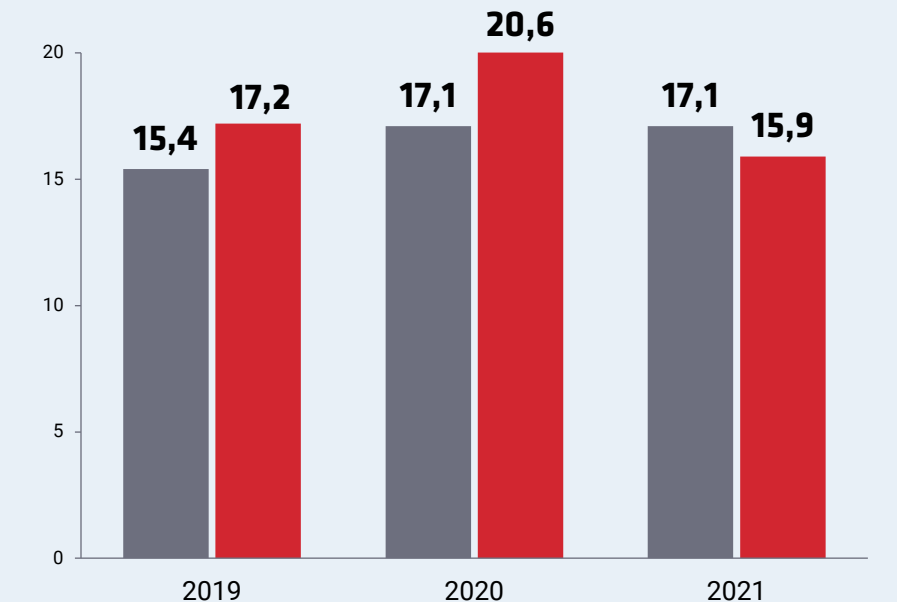
Flexibilidad y Versatilidad
(producción de diferentes tipos de moléculas)

Eficiencia
(uso de equipamientos)

Inversión especializada
(producción y packaging)

Histórico de ingresos de CDMO

(Millones euros)



Dado que estas **transferencias de producción** se realizan normalmente en el segmento de los genéricos de marca, **no hay conflicto de intereses** entre la **CDMO** y **nuestros propios productos**

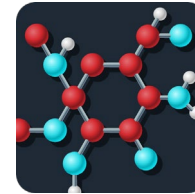
CDMO: Ventajas competitivas



Proyectos
llave en mano



**Amplia variedad de áreas
terapéuticas**
(10 en animal y 22 en humana)



Autorizaciones para
**hormonas esterilizadas,
psicótrpos y narcóticos**



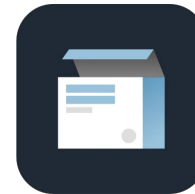
Capacidad tecnológica
para producir
gran variedad de formatos



Alto nivel de
flexibilidad



Amplia **experiencia** como
fabricante de **inyectables**
farmacológicos



Experiencia y capacidades
en **productos genéricos** de
marca y **segmentos de nicho**



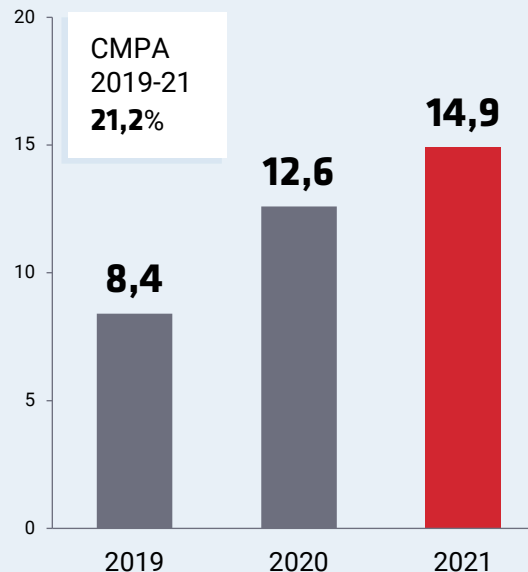
Altas calificaciones en las
auditorías de clientes

Productos propios: crecimiento impulsado por el desarrollo de productos de valor añadido para la salud animal y los medicamentos humanos

- ✓ Menor frecuencia de aplicación (mayores concentraciones).
- ✓ Menor tiempo de espera (reduciendo tiempo de comercialización).
- ✓ Costes competitivos (primeros genéricos).
- ✓ Tratamientos focalizados (inyectables).
- ✓ Modelo Profit Sharing en Salud Humana.
- ✓ Capitalización de la Fosfomicina totetramol en mercados clave.

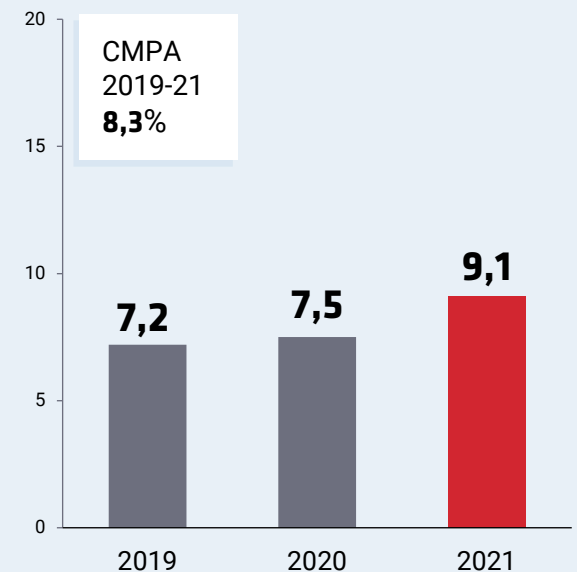
Vademécum propio en Salud Animal Histórico de ingresos

(Millones euros)



Vademécum propio en Salud Humana Histórico de ingresos

(Millones euros)



Índice

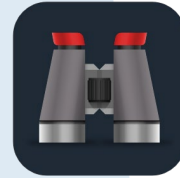
1. Propuesta de inversión
2. Visión general de la empresa
3. Modelo de negocio
- 4. Plan de crecimiento 2022-2026**
5. Estrategia financiera
6. Por qué Labiana

Factores de crecimiento industriales y macroeconómicos



Macro-global

- Crecimiento y envejecimiento de la población (mayor consumo de proteínas).
- Mayor conciencia sobre la salud.



Entorno competitivo

- Grandes multinacionales centradas en productos de marca.
- Los actores europeos de nicho muestran capacidades limitadas.
- Necesidad de un proceso de producción de proteínas más rentable.



Regulación

- Estricta regulación que crea barreras de entrada.
- Mayor relevancia de la producción con certificación GMP.



Ganadería

- Tratamientos individualizados en mercados desarrollados (inyectables).
- Importancia de la industria en los mercados emergentes (c.70% de los ingresos totales).
- Menor penetración de los tratamientos en los mercados emergentes.



Mascotas

- Tasas de gasto crecientes.
- Mayores niveles de propiedad y esperanza de vida.



Humana

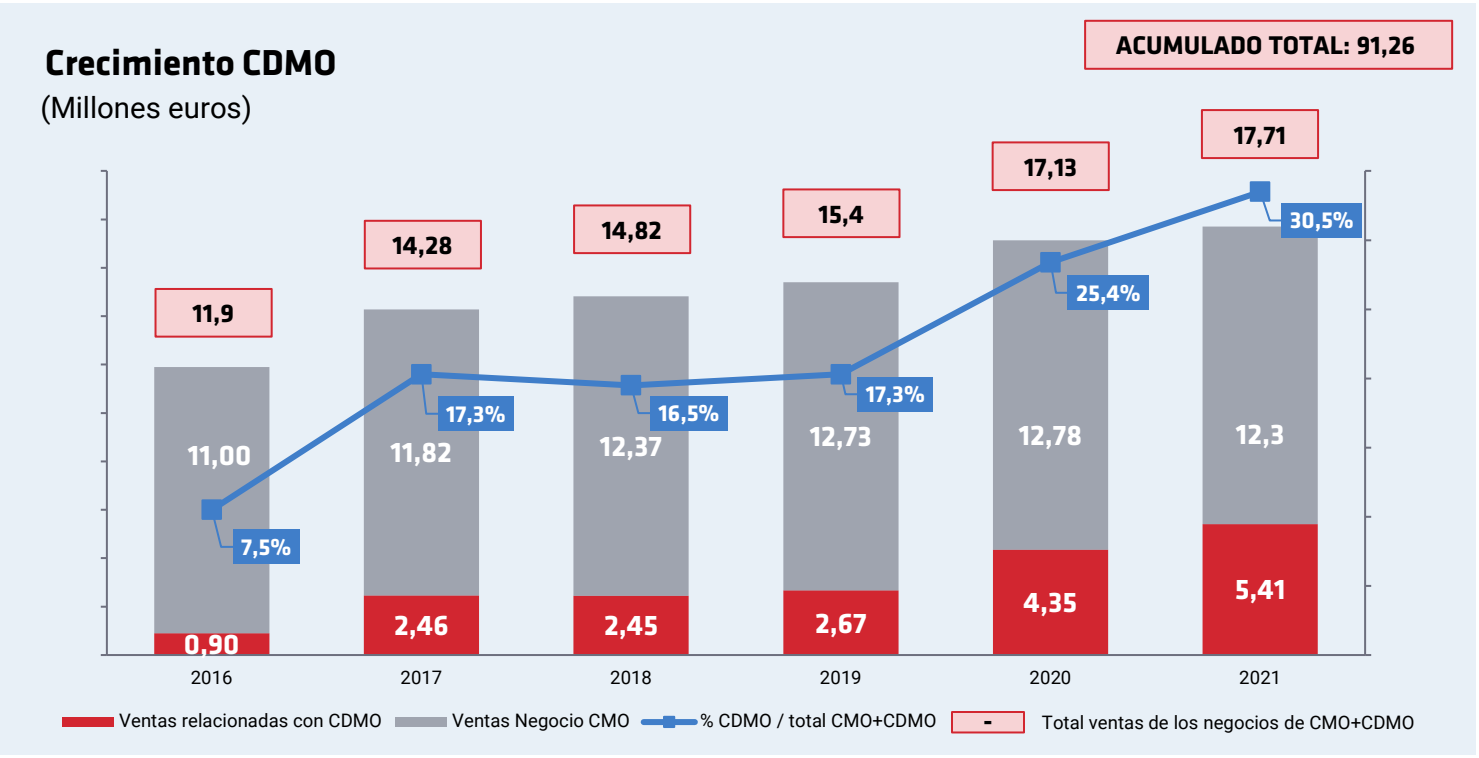
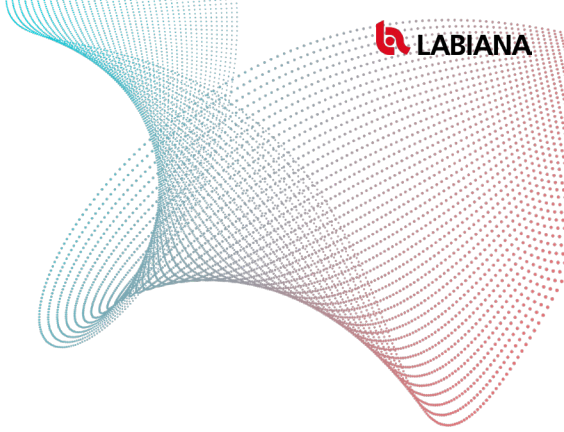
- Prevalencia de los genéricos en la medicina humana.
- Antibióticos que no crean resistencia (fosfomicina).

Prioridades estratégicas

- 1 Impulsar crecimiento de **CDMO**.
- 2 Expandir el negocio de **exportación**.
- 3 Desarrollar **nuevos productos** y ampliar la cartera de productos **licensed-in**.
- 4 Centrarse en el negocio de la **Fosfomicina**.
- 5 Desarrollar el canal de **licitaciones públicas**.
- 6 Crear **valor a través de las sinergias** de las recientes adquisiciones.
- 7 Fomentar el **crecimiento inorgánico** mediante adquisiciones selectivas.



1. Seguir desarrollando la plataforma comercial propia para impulsar el crecimiento CDMO



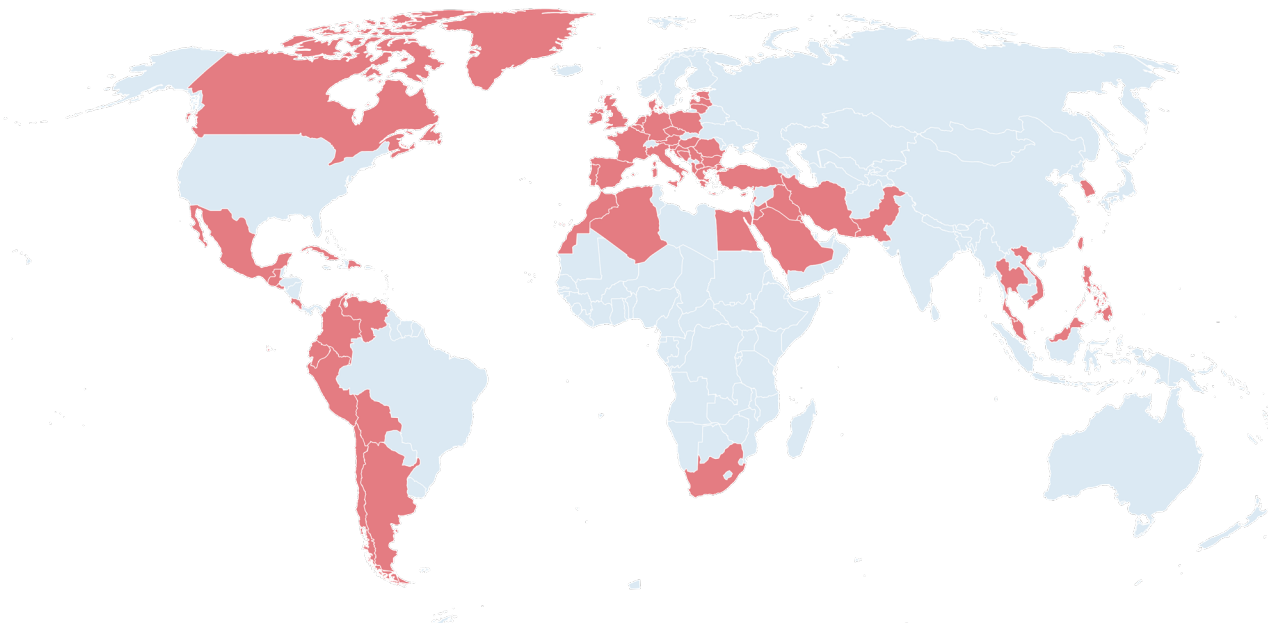
- Continuar el crecimiento de CDMO sobre el total de la contract-manufacturing.
- Promover el desarrollo y la innovación en el ámbito de la contract-manufacturing para aumentar los ingresos.
- Aportar todo el valor añadido de nuestros conocimientos y experiencia para aumentar la base de clientes de CDMO y seguir fidelizándolos.

Vectores de crecimiento	Producir más productos para clientes existentes.	Incrementar el volumen para ganar en eficiencia .	Promover el cross-selling entre las divisiones de salud animal y humana .	Aprovechar la relación CDMO-Cliente para desarrollar nuevos productos, negocios y acuerdos licensing-in.	Penetrar en nuevos clientes .
--------------------------------	---	---	---	---	--------------------------------------

El crecimiento vendrá de **fomentar** la **relación** con los **clientes existentes** y de traer **nuevos clientes**

2. Ampliar el negocio de exportación para aprovechar el enorme potencial de crecimiento tanto en los mercados desarrollados como en los que están en vías de desarrollo

Mapa de productos de Salud Animal registrados por Labiana




Líneas de acción

- Establecimiento de una sólida red de distribución en Europa en el ámbito de la Salud Animal.
- Expansión a otros nuevos mercados internacionales en Asia y África, alcanzando casi 20 nuevos distribuidores en todo el mundo.
- Registro de Ketoprofeno inyectable 150 mg/ml (Labiprofen) en el ámbito de la Salud Animal mediante el procedimiento EU-DCP. Obtención de 17 autorizaciones de comercialización y 4 adicionales en proceso.
- Registro y comercialización de los primeros productos de la marca Labiana para animales de compañía: Maleato de acepromazina inyectable 5 mg/ml (Aceprolab) y Buprenorfina inyectable 0,3mg/ml (Buprelab).

Algunos mercados pueden requerir **inversiones adicionales** para alcanzar los estándares locales (ej. FDA en EEUU)

3. Desarrollar nuevos productos y ampliar la cartera de productos licensed-in

Pipeline de nuevos productos, algunos de ellos en fase muy avanzada.

 # Nuevos productos acumulados en el pipeline

G: Genérico

PG: Primer Genérico

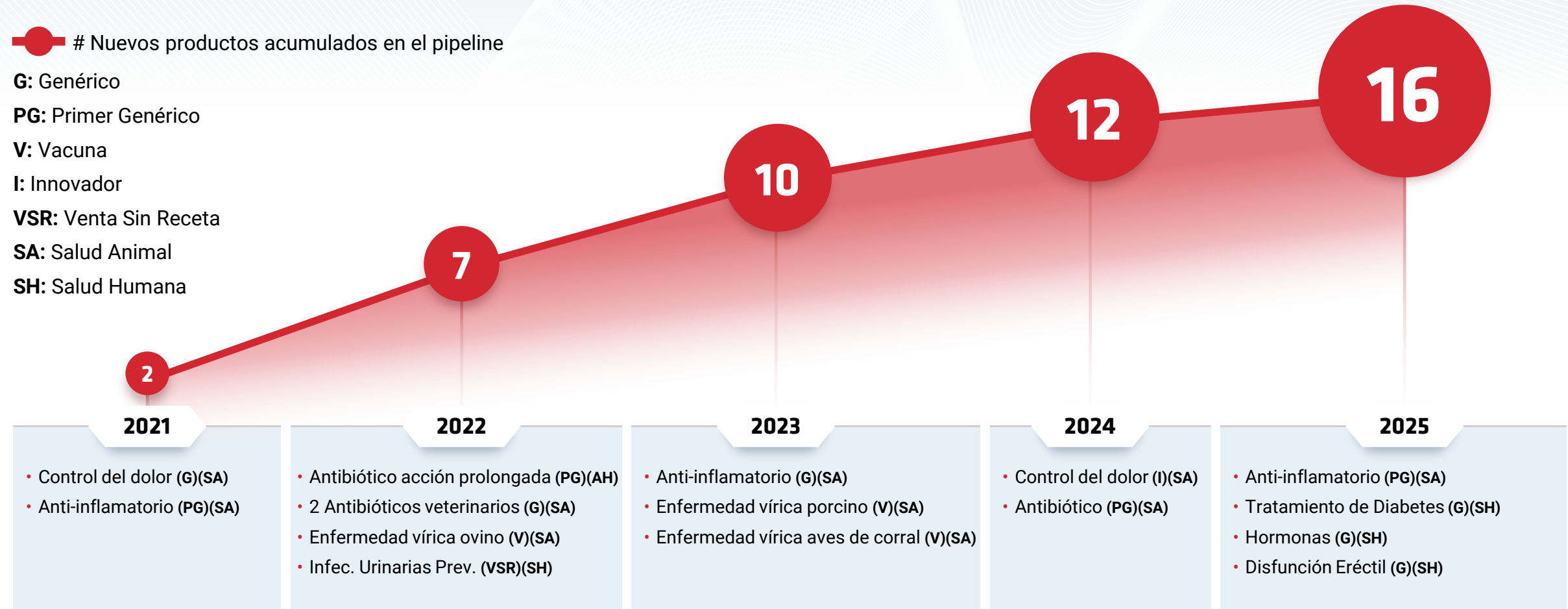
V: Vacuna

I: Innovador

VSR: Venta Sin Receta

SA: Salud Animal

SH: Salud Humana



4. Focalizados en el negocio de la Fosfomicina

Introducción gradual del modelo de reparto de beneficios para llegar a más mercados y aprovechar las ventajas de los diferentes niveles de precios en cada uno de ellos

■ Registros y ventas de Fosfomicina
 ■ Registros de Fosfomicina
 ■ Transferencia de know-how



Líneas de acción

- Fármaco indicado para el tratamiento de la cistitis aguda no complicada en mujeres adultas y adolescentes. Un tratamiento de dosis única de rápida absorción.
- En España se vende con marca propia o con acuerdos de licencia.
- Los acuerdos licensing-out contemplan la producción en Labiana y la venta bajo la marca del cliente, especialmente en la exportación.
- Dados los diferentes niveles de precios en todos y cada uno de los mercados donde operan sus clientes, Labiana introdujo un mecanismo adicional de reparto de beneficios.
- Obtención de 8 nuevas AM y 3 nuevas presentaciones en el ámbito de la medicina humana.

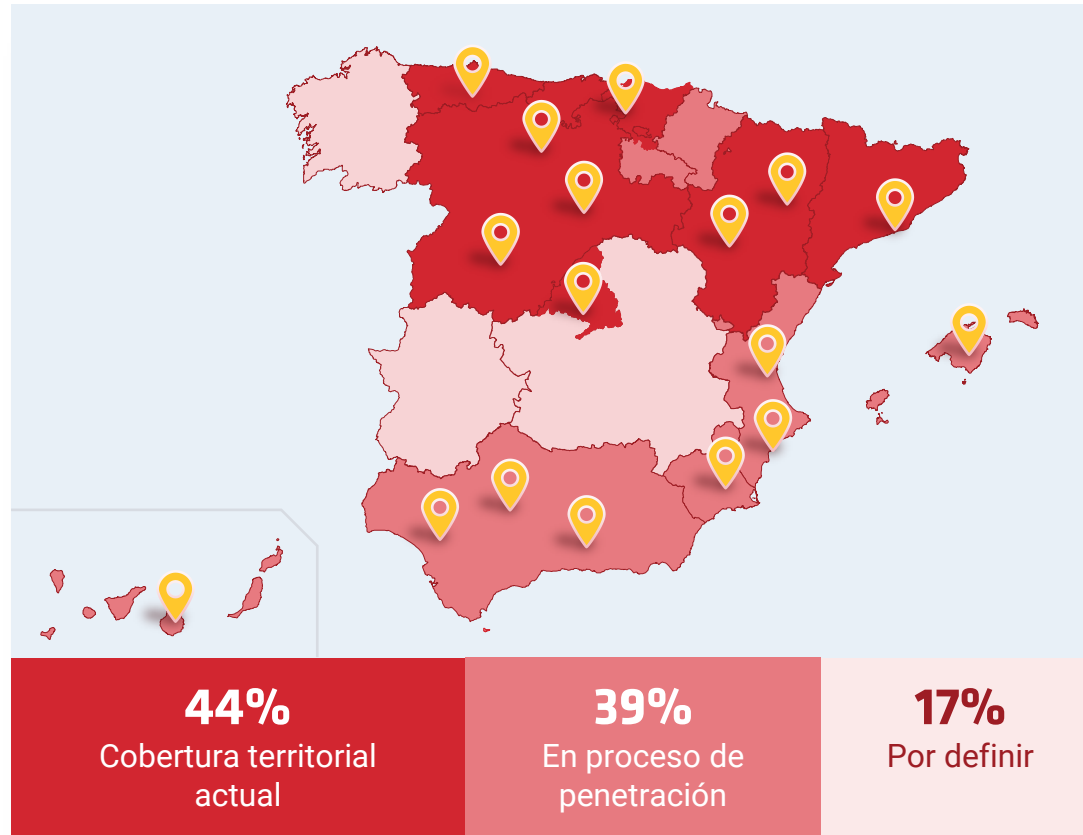
5. Desarrollar el Canal de Licitaciones Públicas

Centrarse en la venta institucional, a través de concursos públicos en hospitales de España (dispositivos relacionados con la diabetes: glucómetros, agujas, tiras).



Cientes

-  SaludMadrid
-  SERVICIO DE SALUD DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS
-  Institut Català de la Salut
-  Sacyl
-  salud servicio aragonés de salud
-  SERVICIO CANTABRO DE SALUD SCS
-  Consorci Sanitari Integral



Partners

-  ACON
-  BSI DIAGNOSTICS PHARMACY • POC
-  STERILANCE[®] medical Innovation for Safety
-  BERPU
-  BOSON In vitro Diagnostics
-  VITREX[®]

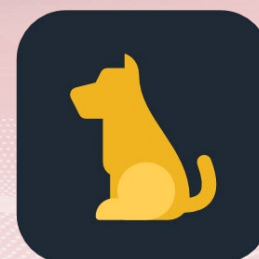
6. Crear valor a través de las sinergias de las recientes adquisiciones



Ganadería



Humana



Mascostas

Areas de Sinergias

Organización comercial.

Base de producción de bajo coste.

Equipos de I+D centrados: farmacológicos en Labiana Life y biológicos en Zavod.

Socio distribuidor para los Balcanes y Turquía.

Aprovechamiento de la experiencia en I+D de Labiana para impulsar la línea de negocio de Mascotas.

Crear valor de la curva de aprendizaje en todas las divisiones y plantas.

7. Fomentar el crecimiento inorgánico mediante adquisiciones selectivas

Seguir explorando adquisiciones oportunistas basadas en contribuciones clave para el Grupo Labiana:

- I**
Nuevos productos
- II**
Incrementar know-how
- III**
Nuevos mercados
- IV**
Incrementar el valor de los activos adquiridos a través de la integración en Labiana

Sector sanitario muy fragmentado en el segmento de las PYME

Animal



Rango de ingresos: 10-60 millones euros (excluyendo Hipra)

Humana



Rango de ingresos: 2-30 millones euros (excluyendo Ipsen)

Business Plan: Ingresos y EBITDA

Objetivos para 2026E

Ingresos > **120M€**

- **Crecimiento constante en la división CDMO.**
- **Aceleración del vademecum propio, >50% del total de ingresos para 2026E.**
 - › La división veterinaria será el negocio que más crezca:
 1. Lanzamiento de nuevos productos (incluidas las vacunas de Zavod).
 2. Aprovechamiento de la red comercial existente (sinergias de Zavod y Zoleant).
 3. Nuevos mercados por medio de nuevos acuerdos de distribución y MAs.
 - › La división humana se beneficiará de:
 1. Crecimiento de los ingresos por fosfomicina.
 2. Lanzamiento de nuevos productos actualmente en desarrollo.
 3. Distribución de productos sanitarios.

EBITDA **c.22M€**

- **Márgenes brutos se mantienen estables.**
 - › Mix de optimización de márgenes: mayores volúmenes y negociación con proveedores.
 - › Posible aumento del precio de las materias primas (que en la mayoría de los casos se espera que se transfiera al cliente final).
- **Menor peso de los gastos de personal y otros gastos de explotación en 2026E, debido al apalancamiento operativo que el Grupo espera materializar tras las recientes inversiones y adquisiciones (es decir, las sinergias).**
 - › Además, el Grupo seguirá activando cada año unos 2,5 millones de euros de gastos de personal dedicados a la I+D.

Índice

1. Propuesta de inversión
2. Visión general de la empresa
3. Modelo de negocio
4. Plan de crecimiento 2022-2026
- 5. Estrategia financiera**
6. Por qué Labiana

Impacto del actual contexto macroeconómico en Labiana

El modelo de negocio de Labiana le ha permitido sortear la mayoría de los mayores impactos macroeconómicos que están sufriendo actualmente todos los sectores

Servicios públicos



Contratos de tarifa fija en vigor desde 2019.

Operaciones en Rusia



No hay operaciones significativas en Rusia o Ucrania.



Necesidad de la producción animal europea de independizarse de Rusia.

Transporte



La mayor parte de la cartera está en el modelo exworks (el cliente se encarga de la distribución).

Proveedores

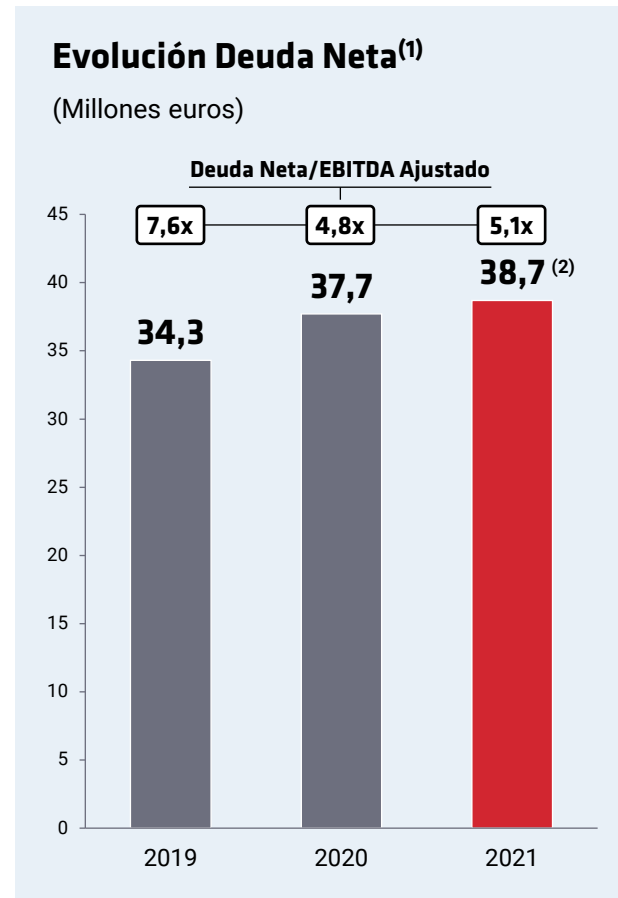
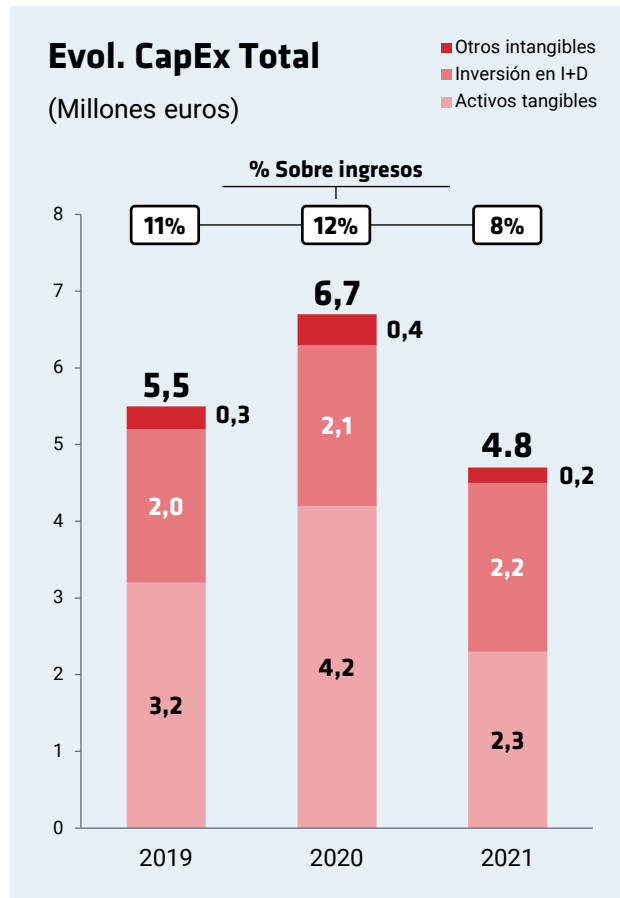


Aumento de los precios repercutido en los clientes.



Posibles retrasos en los pedidos debido a la escasez de materiales.

CapEx y financiación



Objetivos 2026E

CapEx Anual
2022E-2026E

c. 5M€

DFN/EBITDA

<3,0x

Working Cap.

Estable

1

Reforzar el balance (nuevos fondos propios) entre 5M€ y 10M€

2

Reorganizar la deuda a través de:

- Mejor plan de amortización (ampliar los plazos de la deuda).
- Optimización de la base de activos.

Fuente(s): Cuentas anuales, información de la empresa / Nota(s): (1) Deuda neta calculada como = deuda bruta - tesorería - inversiones financieras a corto plazo; (2) calculada según la nota 1, menos 3,5 millones de euros de créditos a largo plazo (en relación con Laboratorios Ovejero).

Índice

1. Propuesta de inversión
2. Visión general de la empresa
3. Modelo de negocio
4. Plan de crecimiento 2022-2026
5. Estrategia financiera
- 6. Por qué Labiana**

¿Por qué invertir en Labiana?



Una historia de **crecimiento**



Fortalezas únicas



Entorno de **industria con dinámica** y perspectivas **favorables**

Única empresa cotizada en España en el negocio de Salud Animal con presencia en el negocio de Salud Humana

- **Oportunidades de crecimiento** mediante la **diversificación geográfica** y la **expansión**.
 - Ampliar el modelo Profit Sharing de la **Fosfomicina**.
 - Desarrollo y lanzamiento de **nuevos productos de valor añadido**.
 - Aprovechar las sinergias de producción y distribución del grupo.
-
- **Plataforma de inyectables** establecida en Europa, integrada e independiente.
 - Amplia cartera de **clientes de primer nivel con relaciones a largo plazo**.
 - **Fuerte capacidad interna** para desarrollar, fabricar y comercializar productos de marca propia.
 - **Sólida capacidad** para tratar productos de especial **desarrollo y complejidad galénica**.
-
- **Aumento de la población y de la renta**, perspectivas de alto crecimiento del consumo de proteínas.
 - **Ganadería**: tendencias normativas hacia la restricción de los tratamientos masivos.
 - **Mascotas**: incremento del número de propietarios de mascotas y de la esperanza de vida.
 - **Humana**: envejecimiento de la población con prevalencia de genéricos en la medicina humana.



Gracias.

Contacto

Cristina Ramos Recoder

investors@labiana.com

(+34) 91 991 26 28

www.labiana.com