

Madrid, 25 de octubre de 2022

En virtud de lo previsto en el artículo 17 del Reglamento (UE) nº 596/2014 sobre abuso de mercado y en el artículo 227 del texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y disposiciones concordantes, así como en la Circular 3/2020 del segmento de negociación BME Growth de BME MTF Equity, LABIANA HEALTH, S.A (en adelante, la “Sociedad” o “Labiana”) pone en conocimiento la siguiente:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Tras su incorporación a BME Growth, Labiana ha actualizado su presentación a inversores y analistas que pone a disposición del mercado.

Esta información también estará disponible en la sección de “Accionistas e Inversores” de la [página web de la LABIANA](#).

De conformidad con lo dispuesto en la Circular 3/2020 de BME Growth se señala que la información comunicada ha sido elaborada bajo la exclusiva responsabilidad de la Sociedad y sus administradores.

D. Manuel Ramos Ortega
Consejero Delegado
LABIANA HEALTH, S.A.

Madrid, October 25, 2022

Pursuant to the provisions of Article 17 of Regulation (EU) No. 596/2014 on market abuse and Article 227 of the consolidated text of the Securities Market Law, approved by Royal Legislative Decree 4/2015, of October 23, and concordant provisions, as well as Circular 3/2020 of the BME Growth trading segment of BME MTF Equity, LABIANA HEALTH, S.A (hereinafter, the "Company" or "Labiana") hereby notifies the following:

OTHER RELEVANT INFORMATION

Following its incorporation to BME Growth, Labiana has updated its presentation to investors and analysts which it makes available to the market.

This information will also be available in the "Shareholders and Investors" section of the [LABIANA website](#).

In accordance with the provisions of BME Growth Circular 3/2020, it is noted that the information communicated has been prepared under the sole responsibility of the Company and its administrators.

D. Manuel Ramos Ortega
Chief Executive Officer
LABIANA HEALTH, S.A.



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

+

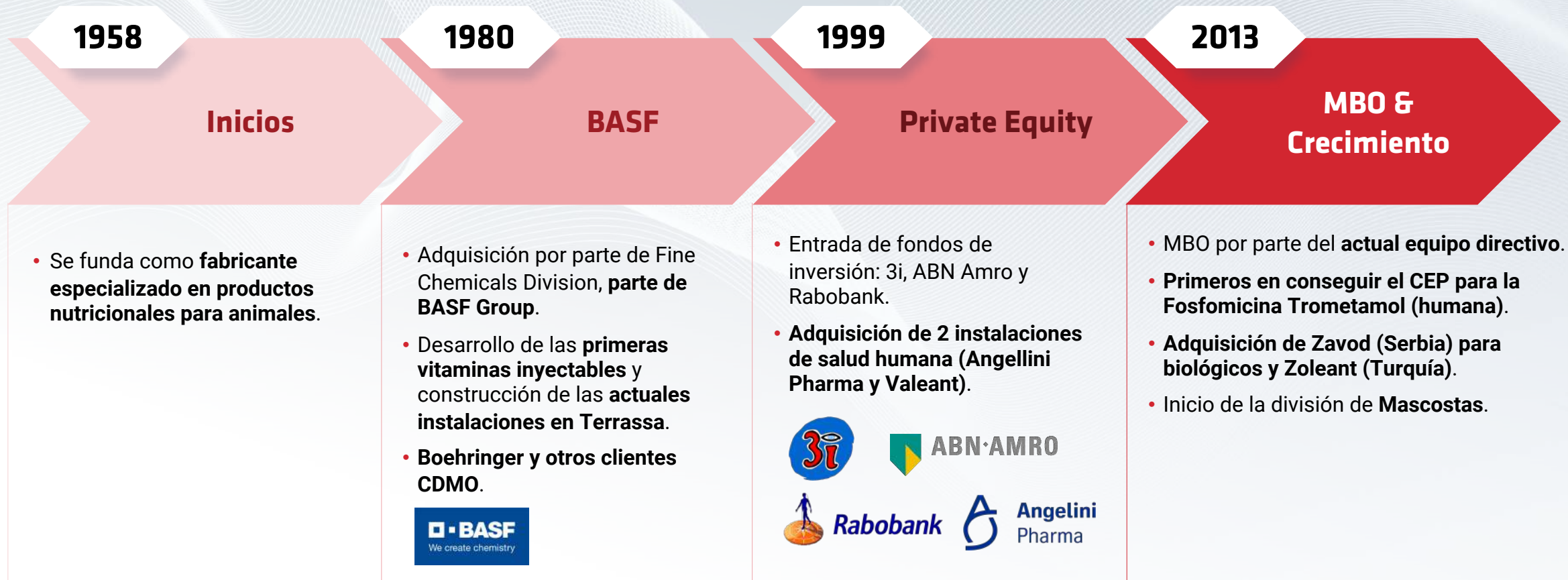


Entorno de industria con dinámica y perspectivas favorables

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.



Ingresos

57

Millones euros

(60% intl.)

EBITDA Aj.

7,6

Millones euros

Inversión I+D

2,2

Millones euros

Cap. Bursátil

32,5

Millones euros

(22/08/22)

Deuda Neta

38,7

Millones euros

Deuda Neta/
EBITDA Aj.

5,1x

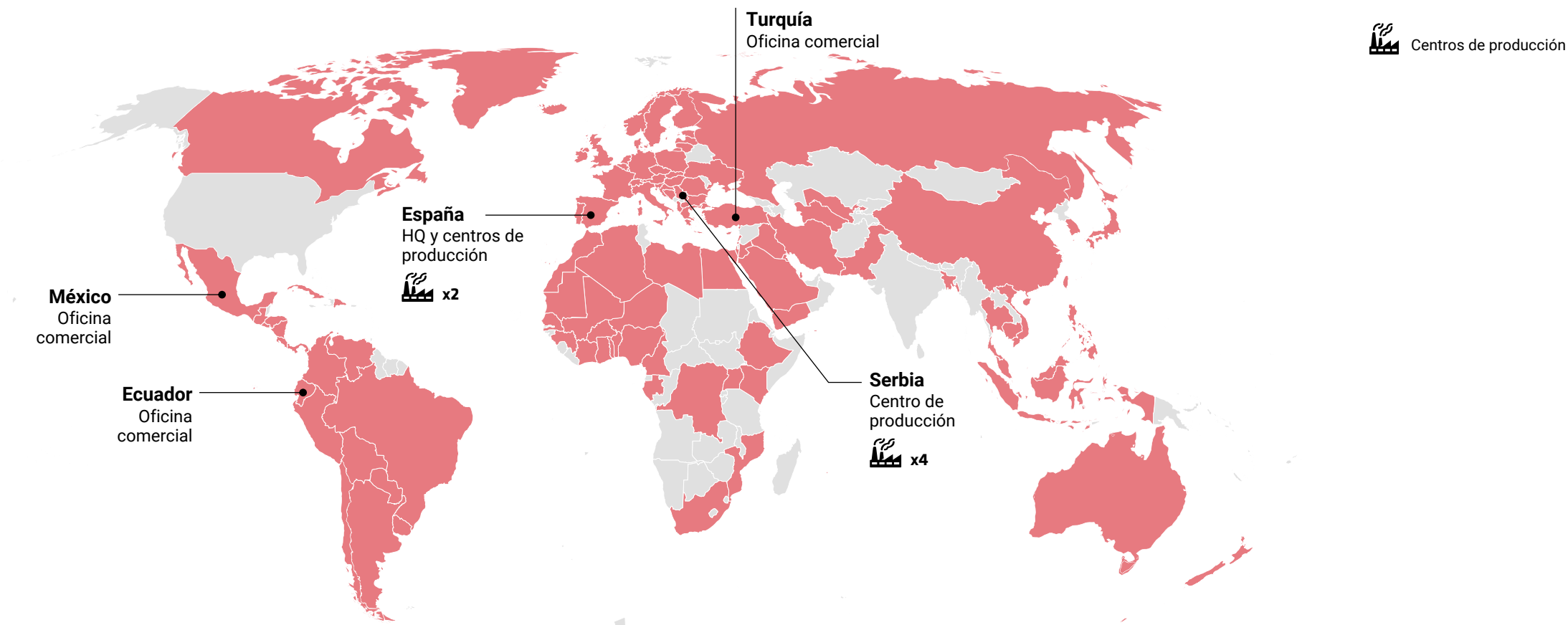
+300 Clientes

+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**

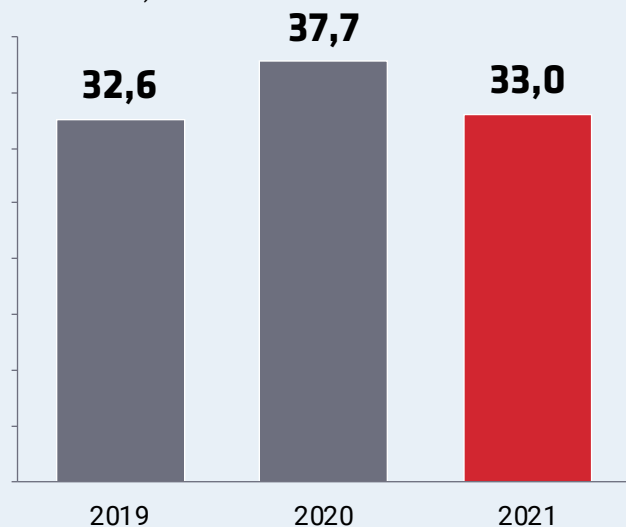
Líneas de negocio:

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

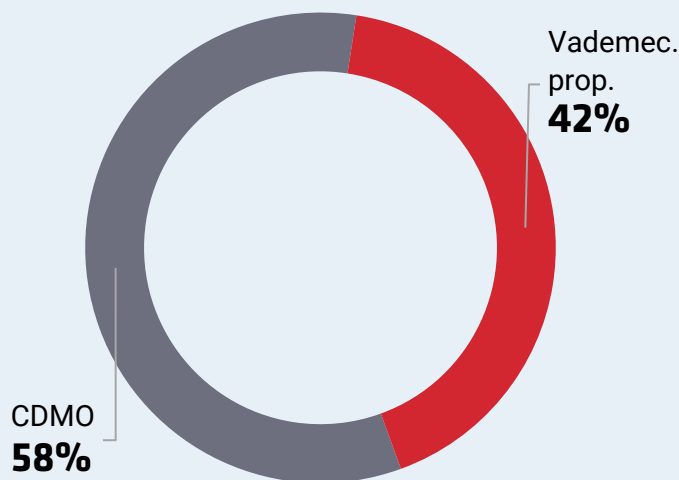
CDMO

Histórico de ingresos
(Millones euros)

CMPA
2019-21
0,3%



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

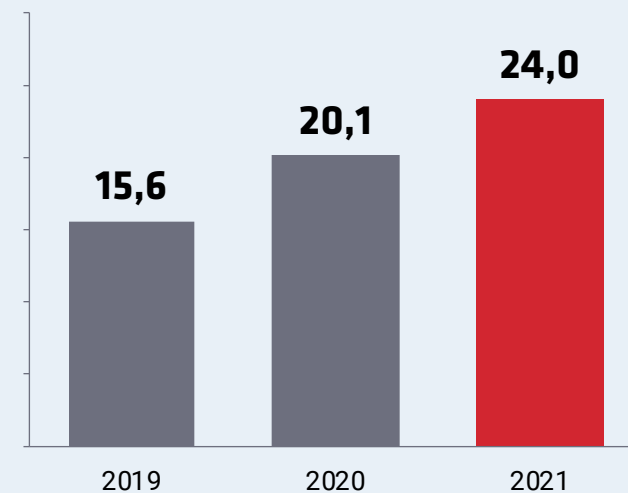


Las **transferencias de productos** y el **desarrollo de productos** para los clientes de la CDMO **se contabilizan como ingresos por servicios**.

Vademecum Propio

Histórico de ingresos
(Millones euros)

CMPA
2019-21
15,5%



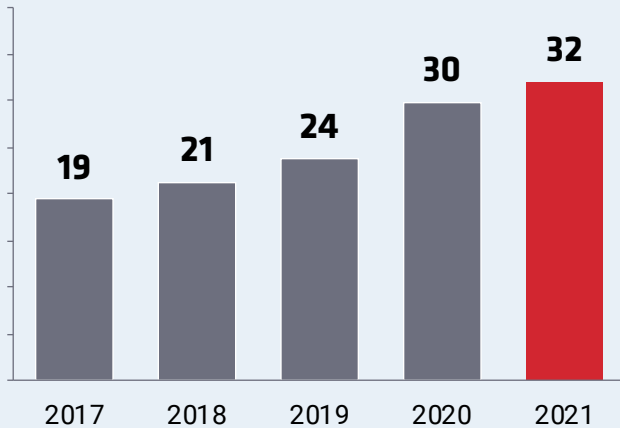
- Producto propio.
- Productos Licensed-in (ganadería, mascotas, productos sanitarios).
- Productos Licensed-out (licencias, profit sharing).

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

Salud Animal Histórico de ingresos

(Millones euros)

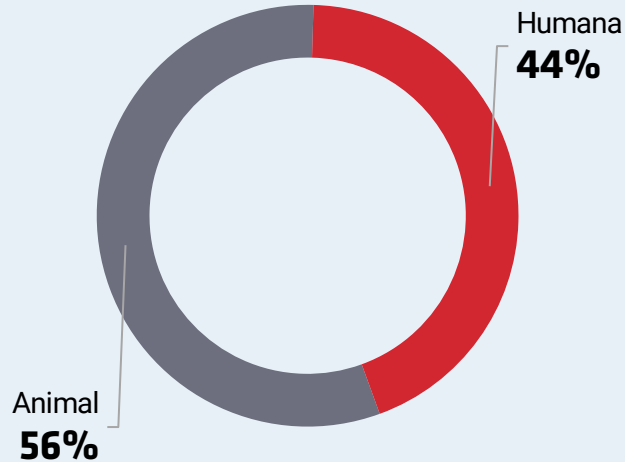
CMPA
2017-21
10,5%



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.

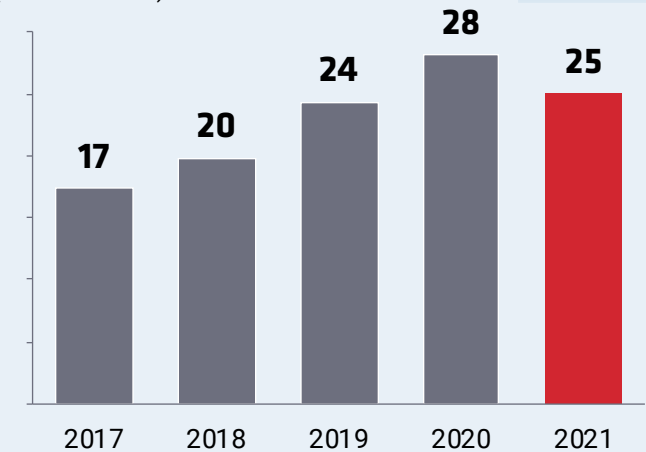


Ambos negocios
están **regulados** bajo
la **misma Agencia y**
estándares.

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



Animal

Humana



Cientes Top en CDMO

Cientes Top en productos veterinarios





Otros clientes relevantes



Cientes Top en CDMO

Cientes 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		Regulación y Registros	Suministro y Producción	Comercialización	
• 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.	• 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.	• Abastecimiento de componentes. • Control de calidad de entrada de producto. • Producción. • Control de calidad del producto acabado. • Suministro.	• Acuerdos de distribución. • Licencias de uso. • Reparto de beneficios.
Propio de la cadena de valor de CDMO		Caso de transferencia de productos ya desarrollados: • Validación de métodos. • Lotes piloto.		Algunos clientes prefieren suministrar los API para sus productos, ya que pueden tener poder de compra con el proveedor.	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

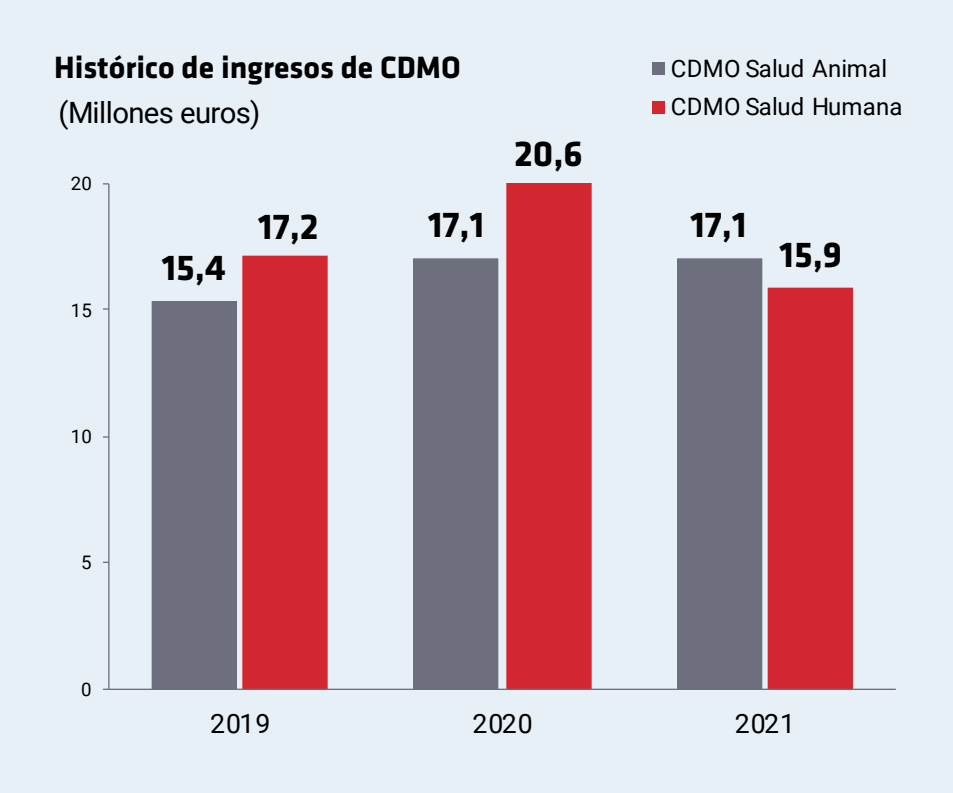
La subcontratación de la producción a un proveedor independiente profesionalizado representa una solución conveniente y rentable para los productos de terceros.

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)



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**

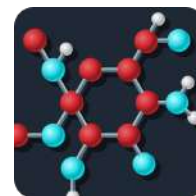
CDMO: Ventajas competitivas



Proyectos
llave en mano



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



Autorizaciones para
**hormonas esterilizadas,
psicótipos 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**



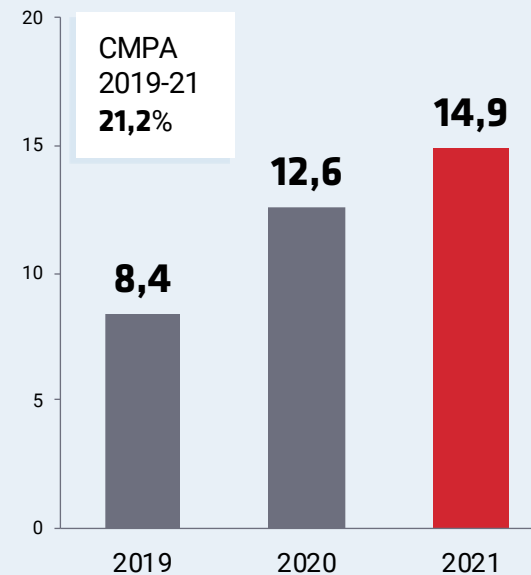
Altas calificaciones en las
auditorías de clientes

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.

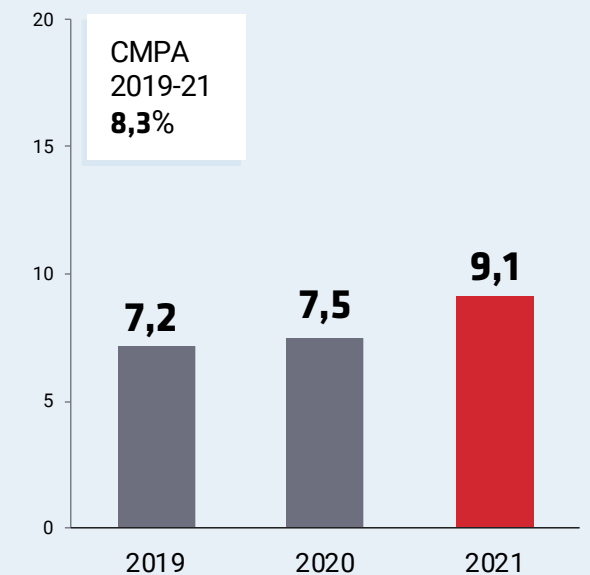
Vademécum propio en Salud Animal Histórico de ingresos

(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**.

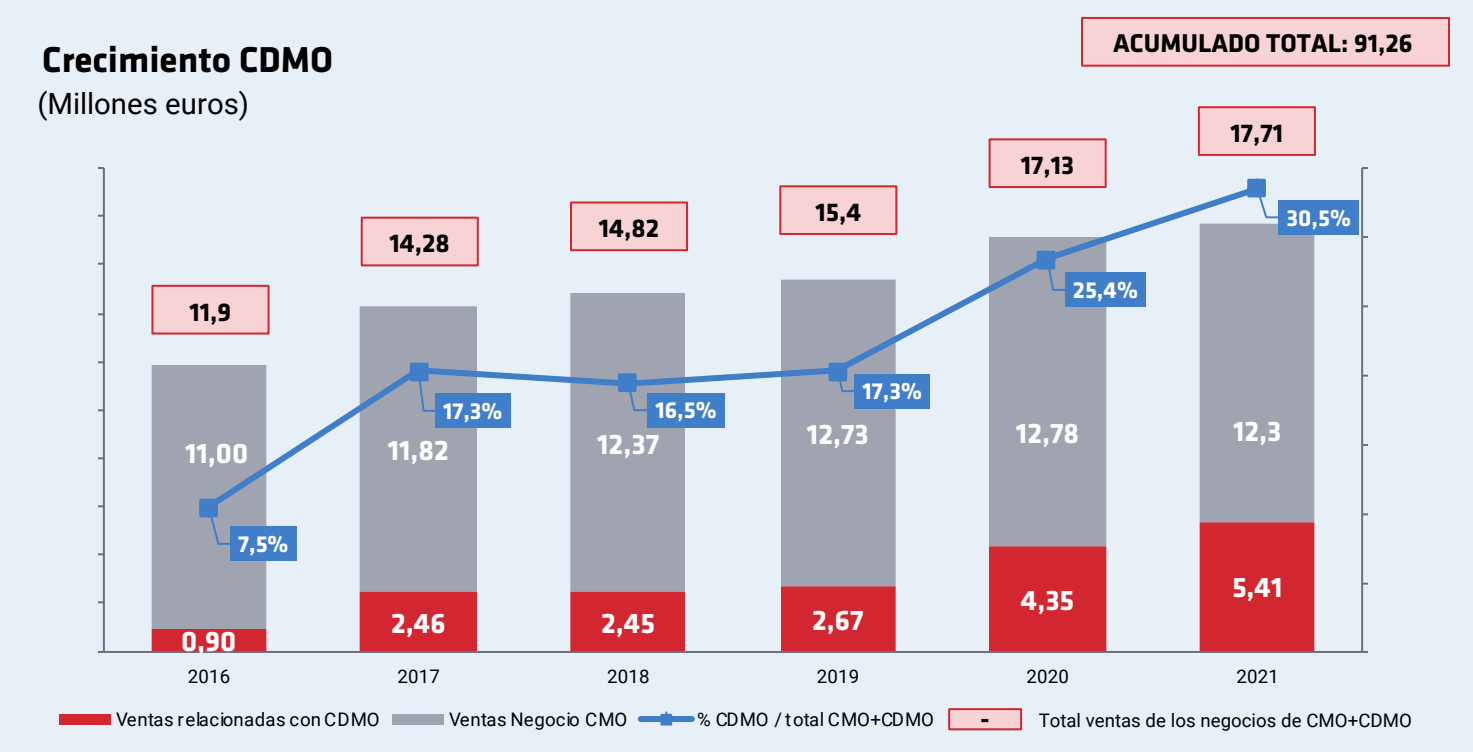
6

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



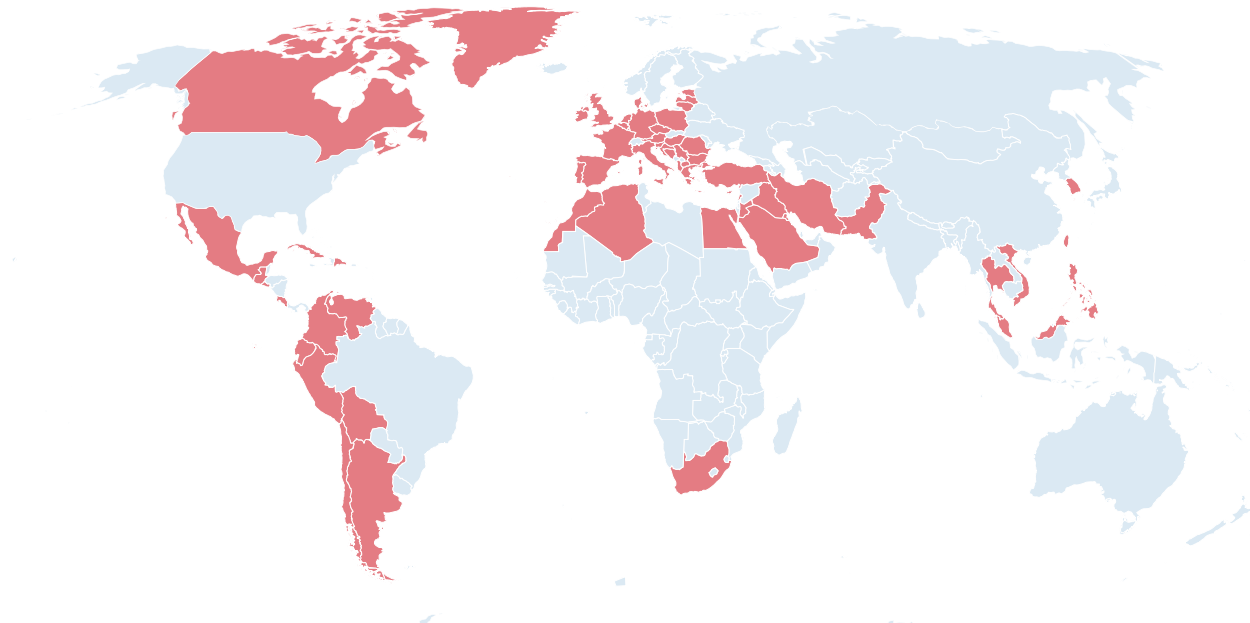
- Continuar el crecimiento de CDMO sobre el total de la contract-manufacturing.
- Promover el desarrollo y la innovación en el ámbito de la contract-manufacturing para aumentar los ingresos.
- Aportar todo el valor añadido de nuestros conocimientos y experiencia para aumentar la base de clientes de CDMO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

Vectores de crecimiento	Producir más productos para clientes existentes.	Incrementar el volúmenes para ganar en eficiencia.	Promover el cross-selling entre las divisions 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

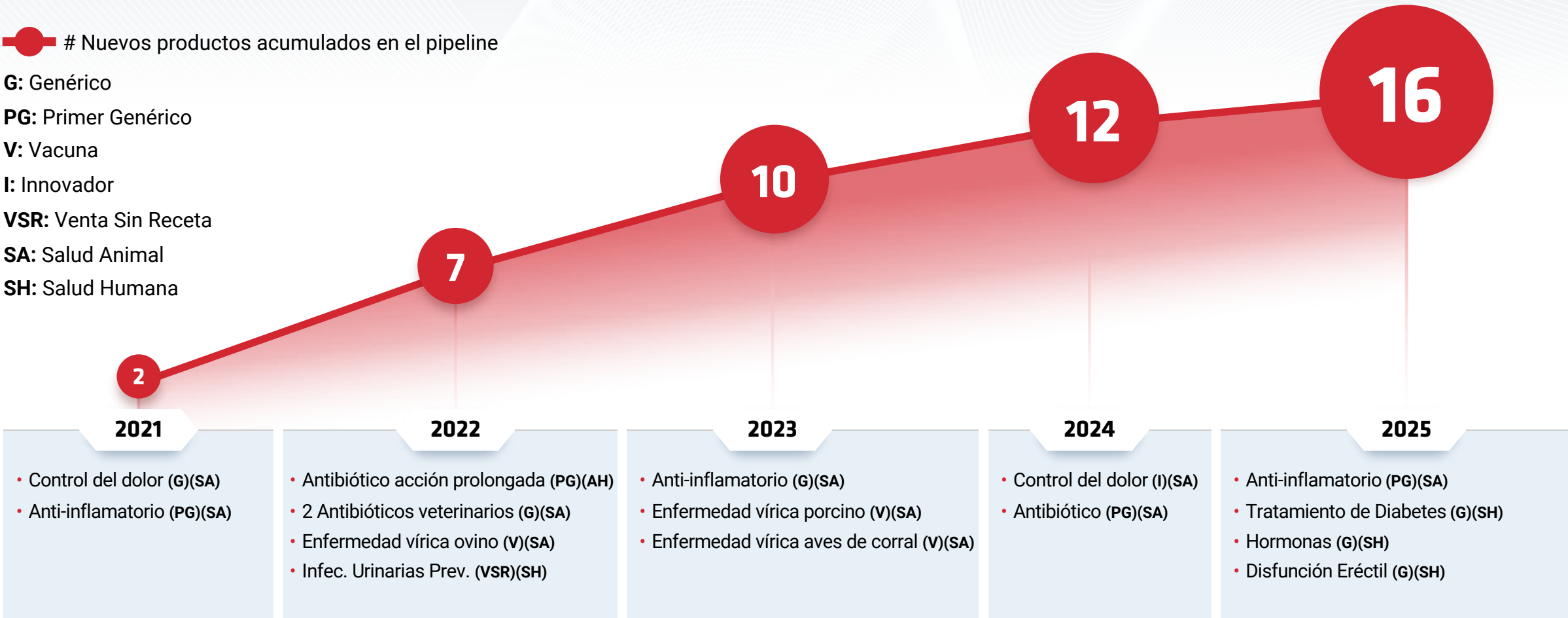
V: Vacuna

I: Innovador

VSR: Venta Sin Receta

SA: Salud Animal

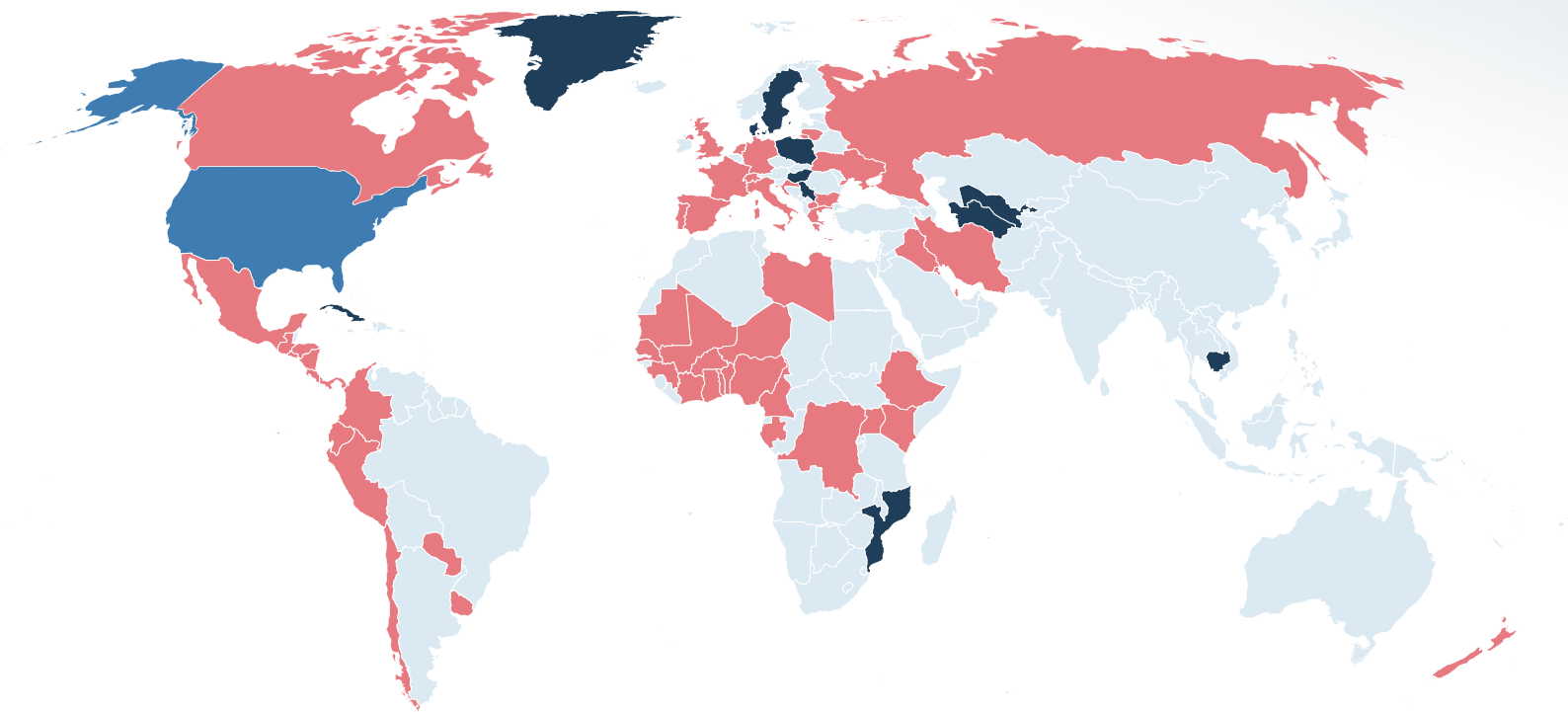
SH: Salud Humana



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

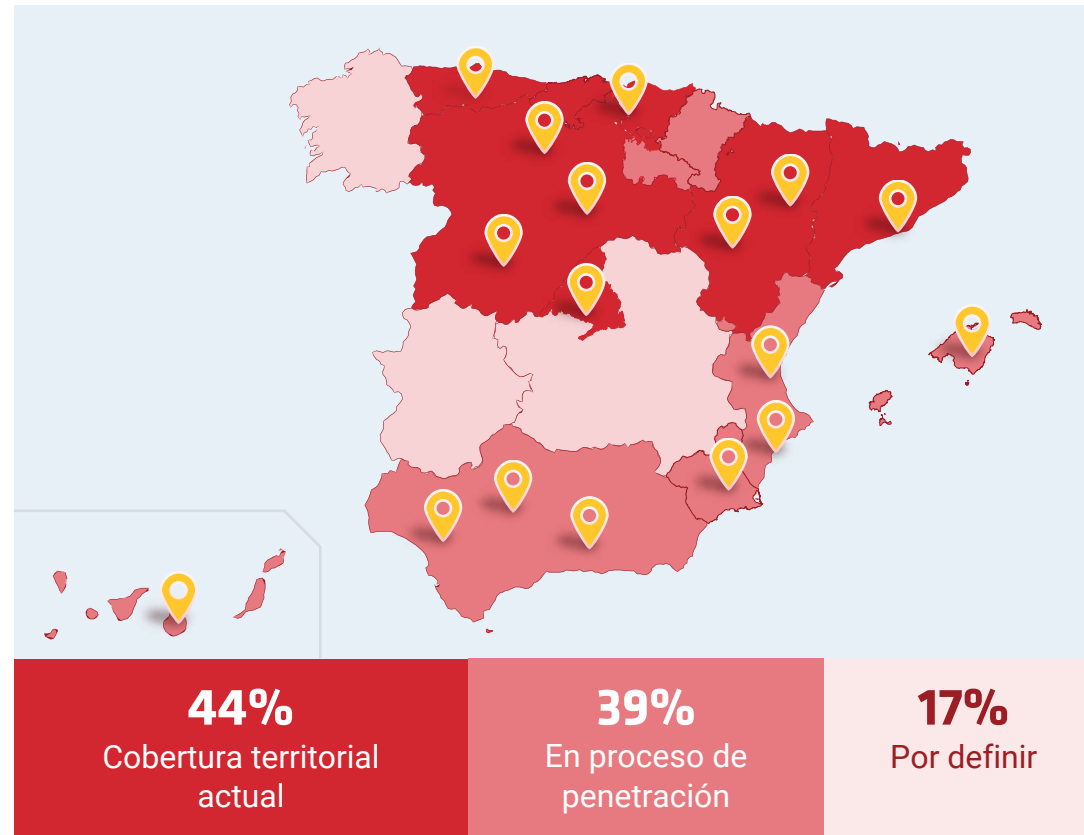
Centrarse en la venta institucional, a través de concursos públicos en hospitales de España (dispositivos relacionados con la diabetes: glucómetros, agujas, tiras).



Clientes



Partners



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



Ganadería



Humana



Mascostas

Areas de Sinergias

Organización commercial.

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% of total revenues by 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€**

- **Gross margins to remain flat.**
 - › 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**.

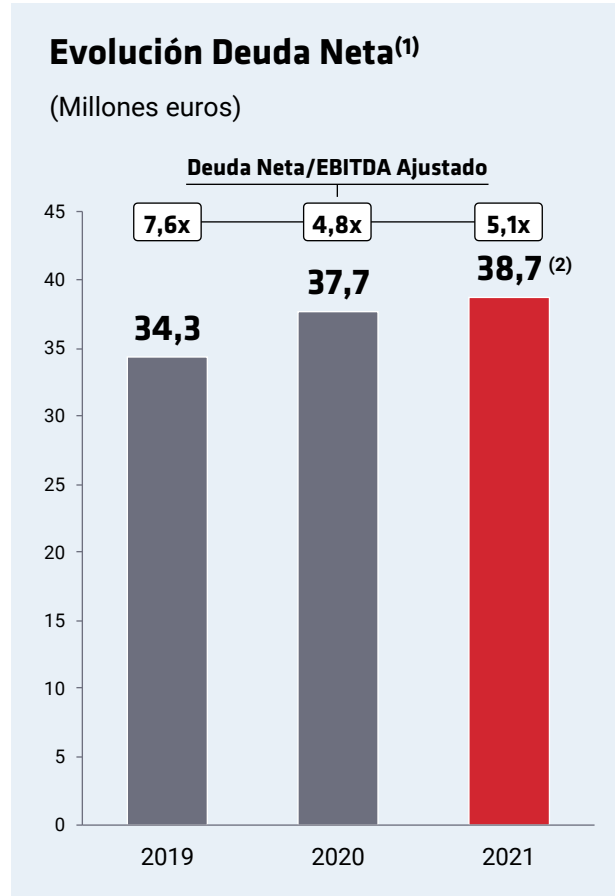
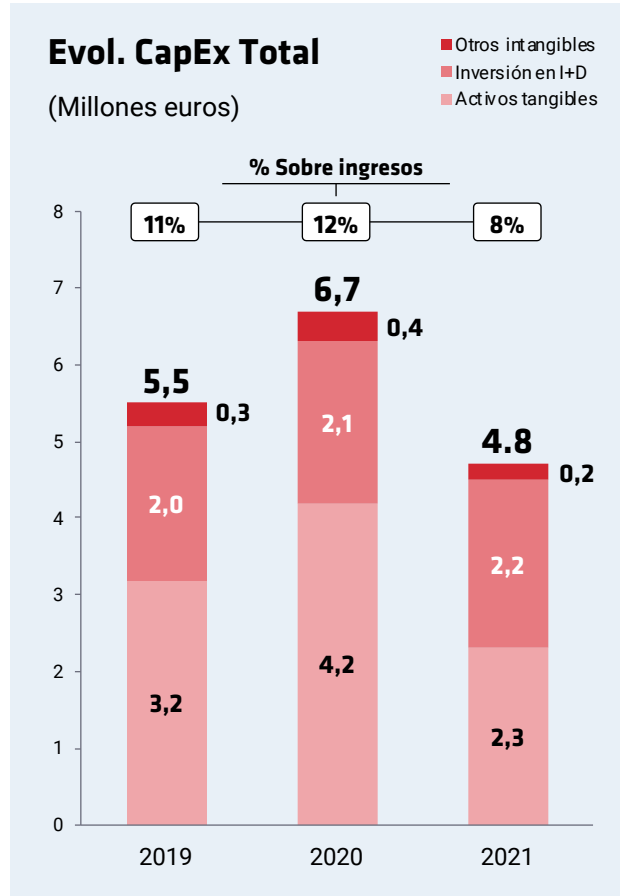


Impacto positivo / neutral



Impacto negativo

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**

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.



Fortalezas únicas

- **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**.



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

- **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



Equity Story

October 2022

Disclaimer / Legal Notice

This communication contains information and forward-looking statements about Labiana. It also includes financial projections and estimates with their underlying assumptions, statements regarding plans, objectives, and expectations regarding future operations, investments, synergies, products and services, and statements regarding future results. Forward-looking statements are not historical facts and are generally identified by the use of terms such as "expects," "anticipates," "believes," "intends," "estimates" and similar expressions. While Labiana believes that the expectations contained in such statements are reasonable, investors and shareholders of Labiana are cautioned that forward-looking information and statements are subject to risks and uncertainties, many of which are difficult to predict and generally beyond Labiana's control, which could cause actual results and developments to differ materially from those expressed, implied or projected in the forward-looking information and statements. Such risks and uncertainties include those identified in documents submitted by Labiana to BME Growth that are publicly available. It is recommended not to make decisions based on forward-looking statements, as they speak only as of the date on which they were made, do not constitute any guarantee of future results and have not been reviewed by Labiana's auditors. All oral or written forward-looking statements or representations made by Labiana or any of its board members, officers, employees or agents are expressly qualified by the cautionary statements made. The forward-looking statements included in this document are based on information available to Labiana as of the date of this communication.

Table of contents

- 1. Investment Proposal**
2. Company Overview
3. Business Model
4. Growth Plan 2022-2026
5. Financial Strategy
6. Why Labiana

An **integrated global company** in the **Animal and Human Health** industry with an extensive portfolio of **trusted long-term partnerships** with Tier-1 clients and a **diversified portfolio** of products and businesses, in both Animal and Human Health.



A growth story

+



Unique strengths

+

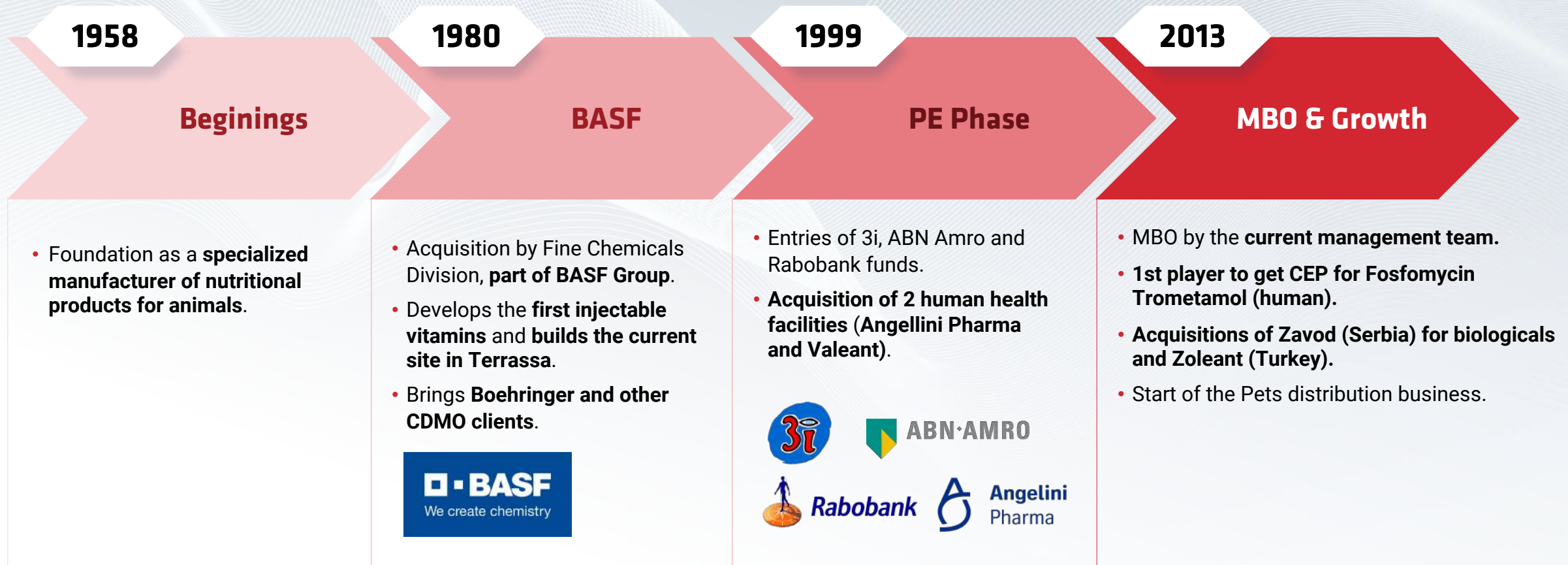


**Favorable industry
dynamics and prospects**

Table of contents

1. Investment Proposal
- 2. Company Overview**
3. Business Model
4. Growth Plan 2022-2026
5. Financial Strategy
6. Why Labiana

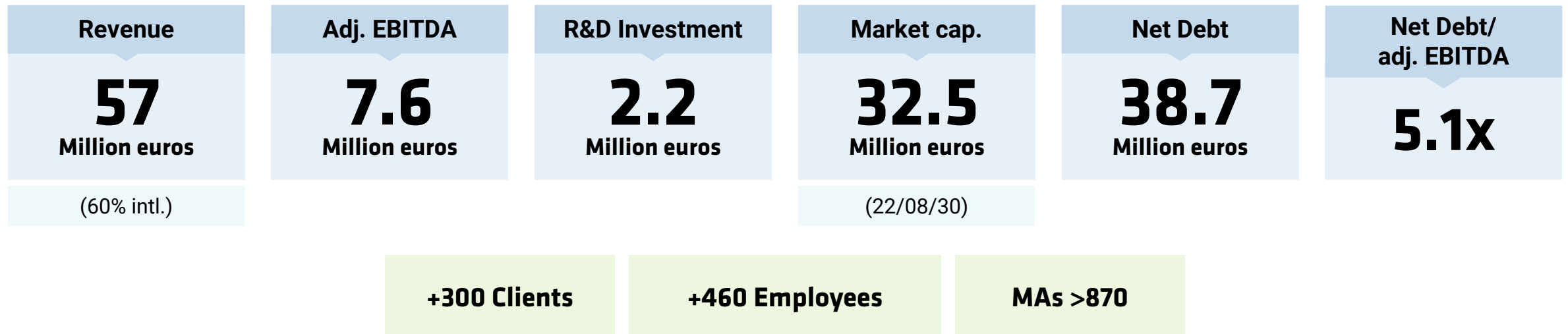
Labiana integrates the industrial heritage of different multinational companies (BASF, Angellini Pharma and Valeant) with the entrepreneurial spirit of its management team



BASF also started the **CDMO business** with **first class industrial partners**

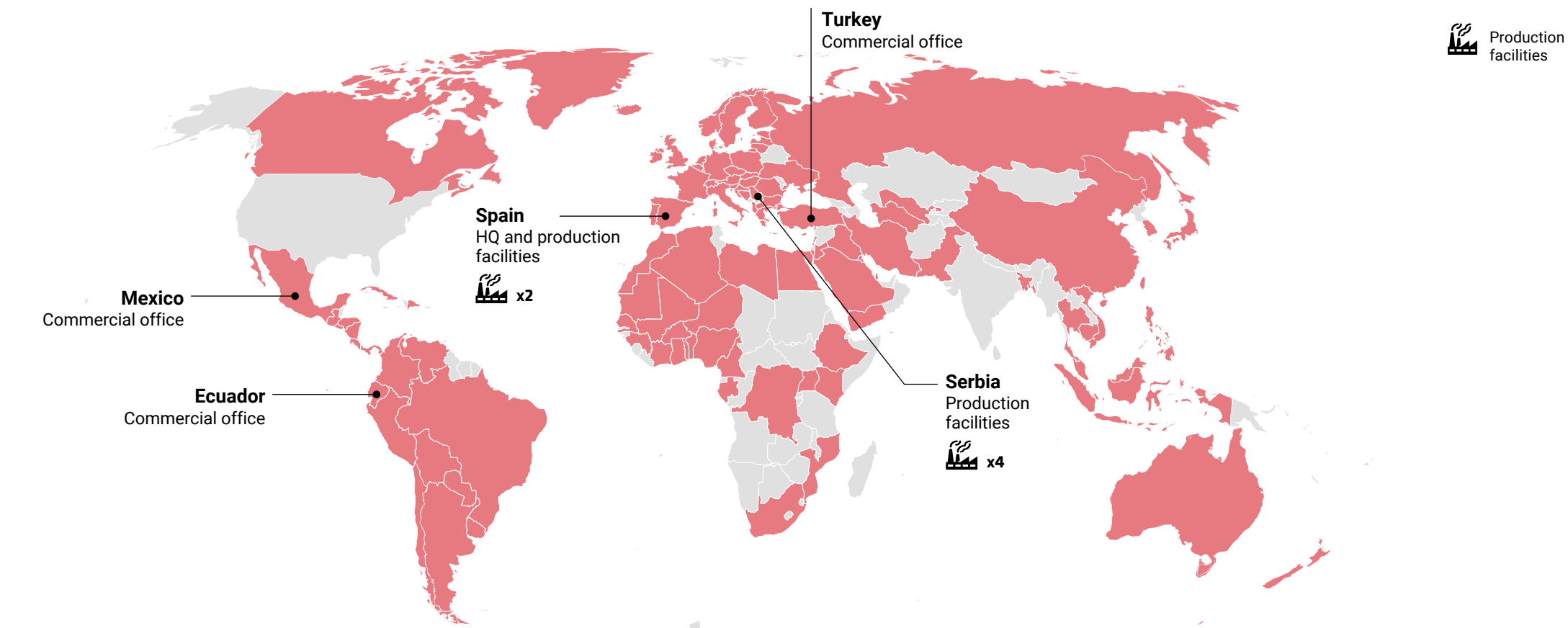
Labiana at a Glance

We have subsidiaries in Spain, Serbia, Turkey and Mexico with production facilities distributed between Spain and Serbia.



Well established international platform

Products manufactured by Labiana can be found in more than 150 markets, with direct registrations owned by Labiana in more than 90 countries.



A **worldwide network** to **leverage** on for **future growth**

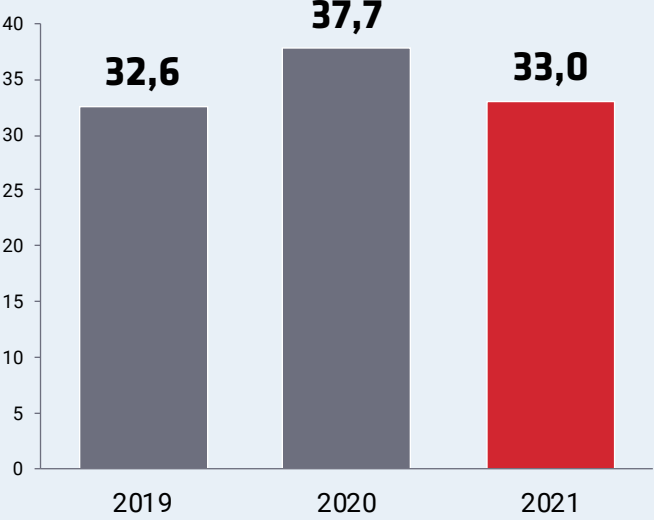
Business lines:

CDMO providing revenues stability and visibility while product development and commercialization fosters growth.

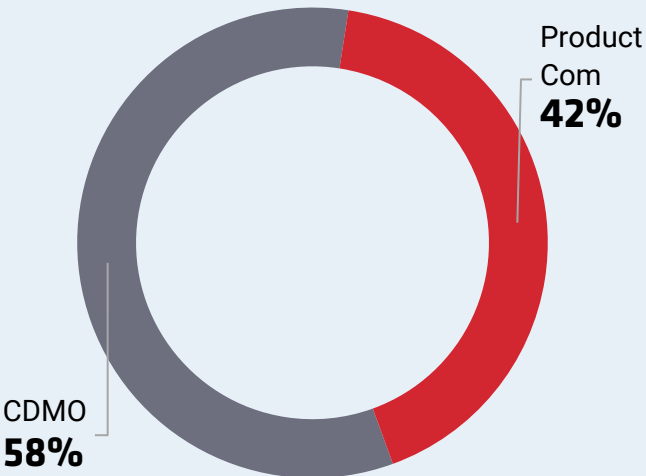
CDMO

Track record of revenues
(Million euros)

CAGR
2019-21
0.3%



- Transfer of products.
- Development of new products.
- Manufacturing.

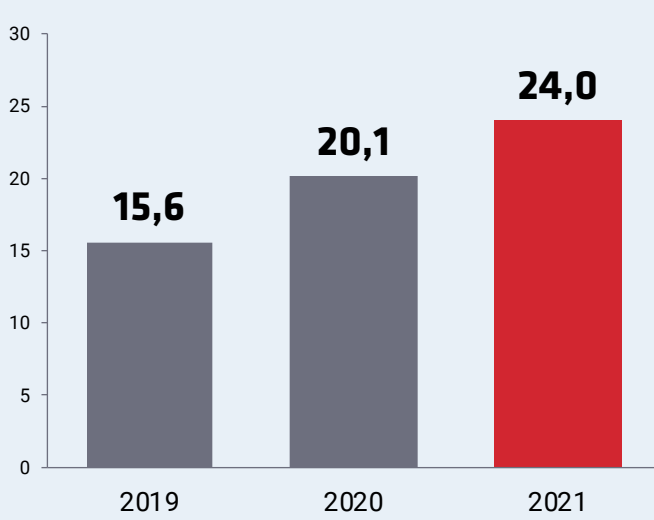


The **product transfers** and the **development of products** for the **CDMO clients** are **accounted for as revenue from services**.

Own Vademecum

Track record of revenues
(Million euros)

CAGR
2019-21
15.5%

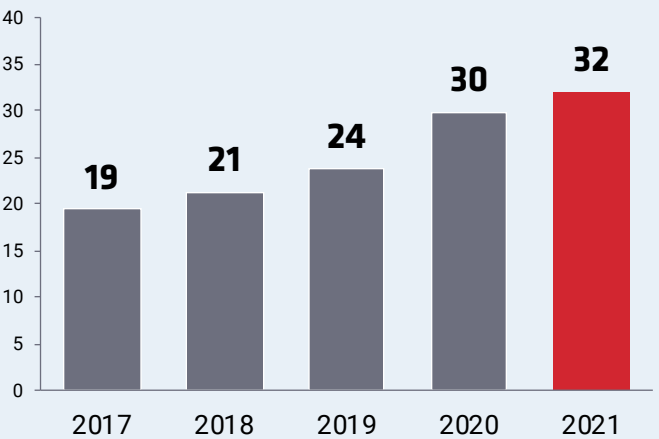


- Own products.
- Licensed-in products (livestock, pets, medical devices).
- Licensed-out products (licencies, profit sharing).

A growth story, both in the **Animal** and **Human Health** businesses

Animal Health Track record of revenues

(Million euros)

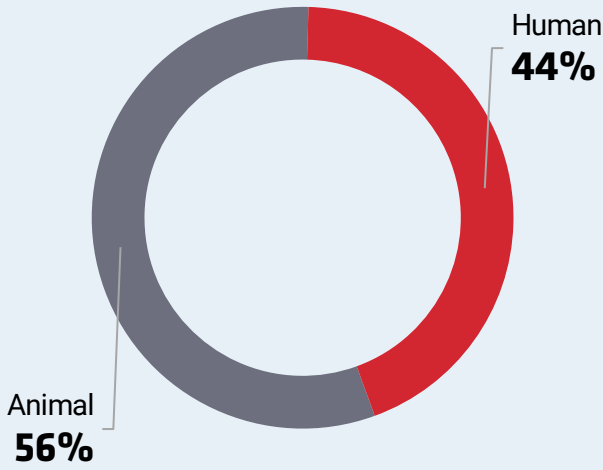


CAGR
2017-21
10.5%

Prices **not regulated** by any authority.

Competitive strengths:

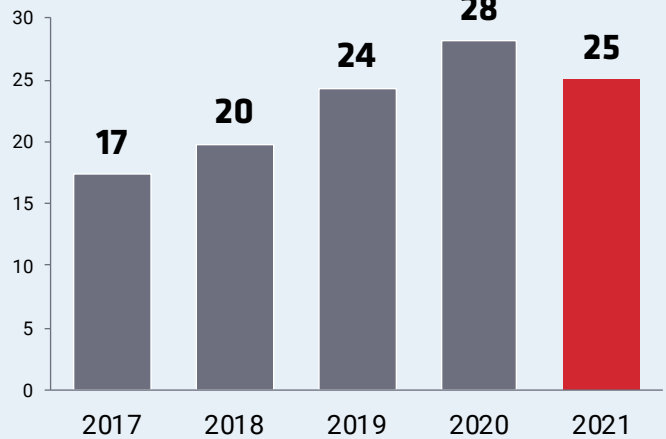
- Development of first generics of patented drugs.
- 10 therapeutic areas.
- Own strain collection and comprehensive capabilities for the production of bacterial and viral antigens.
- Injectable and hormonal production know-how.
- Biologicals facilities and R&D capability.



Both businesses are **regulated** by the **same agency** under the **same standards**.

Human Health Track record of revenues

(Million euros)



CAGR
2017-21
7.6%

End prices **regulated** by the drug agency in each country (arbitrage Porto).

Competitive strengths:

- One own product (Fosfoycin trometamol) in a niche segment with global reach.
- 22 therapeutic areas for CDMO business.
- Know-how in freeze-dried and chewing gum production.
- Authorizations for psychotropic drugs and narcotics.

Extensive portfolio of trusted long-term partnerships with Tier-1 clients

>300 Clients
worldwide

3 to 5 years
contract length

Oldest clients have
been with Labiana for
25 years

15 years
Average client tenure
(top 10 clients)

Animal

Human



Top clients in CDMO





Top clients in veterinary products



Top clients in CDMO





Top clients in Fosfomycin



High replacement cost due to strong regulatory requirements that generate entry barriers to other players

Table of contents

1. Investment Proposal
2. Company Overview
- 3. Business Model**
4. Growth Plan 2022-2026
5. Financial Strategy
6. Why Labiana

Labiana covers the **full spectrum** of **services** across **all stages** with **strong in-house capacity** to **develop, manufacture** and **commercialize** a wide product range

Development		Regulatory & Registration	Supply & Production	Commercialization
• Galenic stabilities. • Development of analytical methods. • Analytical validations. • Laboratory batches. • Pilot batches. Stability studies (Ongoing, VICH & International Council for Harmonisation (ICH), Test in use).	• Other services: ✓ Formulations designed and tested to ensure the best results. ✓ Preliminary tests to improve formulations.	• Preparation and filing of appropriate documents to the Health Authorities and post approval changes to obtain Market Authorization (MA). • International registration of the products. • Support for the creation of artwork for the packaging.	• Sourcing of components. • Quality control of incoming goods. • Production. • Quality control of the finished product. • Supply.	• Distribution agreements. • Licensing-out. • Profit sharing.
Particular of CDMO value chain	Case for transfer of already developed products: • Validation methods. • Pilot batches.		Some clients may prefer to supply the APIs for their products as they may have purchasing power with the supplier.	Case where normally the clients pick up and commercialize their product. But for some products a commercial contract for distribution in Spain might be agreed.

CDMO: Growth Drivers

Outsourcing the production to a dedicated independent supplier represents a convenient and cost-efficient solution for the products of third parties.

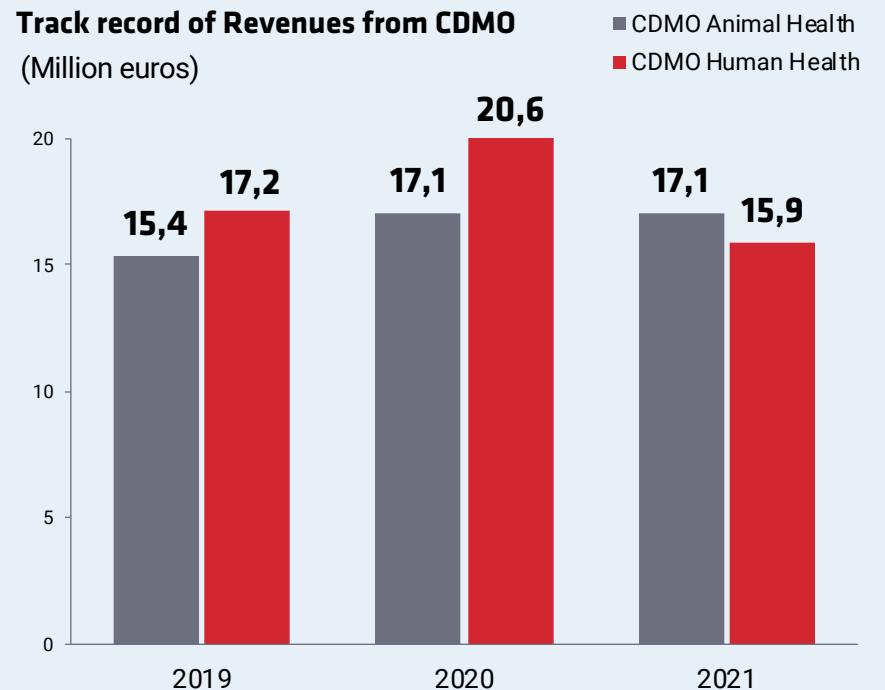
Galenic & Production Complexity
(learning curve)

Flexibility & Versatility
(produce to order various molecules)

Efficiency
(equipment utilization)

Specialized Investment
(production & packaging)

Track record of Revenues from CDMO
(Million euros)



As these **production transfers** are normally in the branded generics segment, there is **no conflict of interest** between **CDMO** and **our own products**

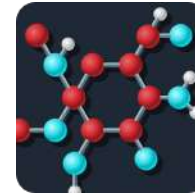
CDMO: Competitive Advantage



Turnkey projects



Ample variety of therapeutic areas
(10 in animal and 22 in human)



Special authorizations for
sterilized hormones, psychotropic and narcotic products



Technological capacity
to produce many
different formats



High level of
flexibility



Outstanding **experience** as
manufacturer of
pharmacological **injectables**



Expertise and capabilities in
generic branded products
and **niche** segments



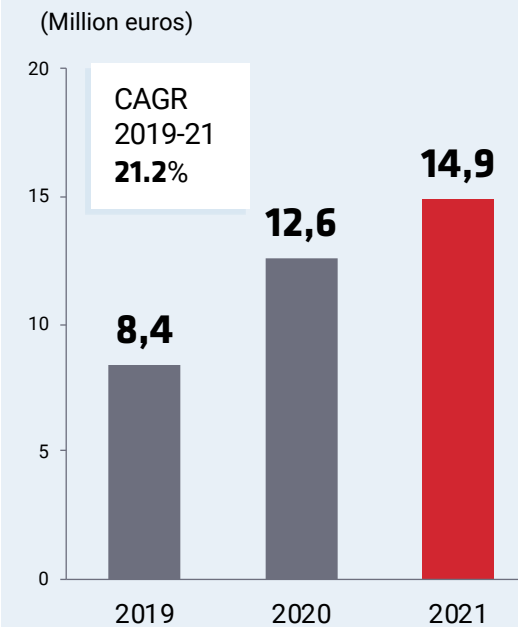
High ratings in the
clients' audits

Products: growth driven by development of **value-added products** for **animal health** and **human medicines**



- ✓ **Lower application frequency** (higher concentrations).
- ✓ **Shorter residuals time** (reducing customer products' time-to-market).
- ✓ **Cost competitive** (first generics).
- ✓ **Focused treatment** (injectables).
- ✓ **Profit sharing model** in Human Health.
- ✓ **Capitalization of Fosfomycine** in potencial key markets.

Product Com in Animal Health
Track record of revenues



Own Vademecum in Human Health
Track record of revenues

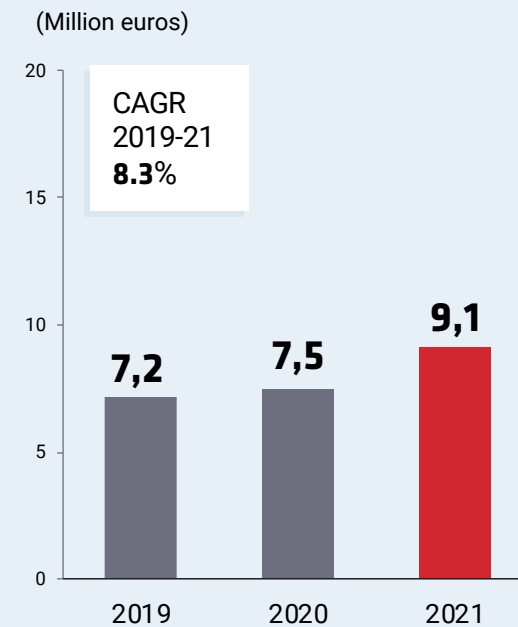


Table of contents

1. Investment Proposal
2. Company Overview
3. Business Model
- 4. Growth Plan 2022-2026**
5. Financial Strategy
6. Why Labiana

Macroeconomic and industry tailwinds



Macro-global

- Growing and aging population (higher protein consumption).
- Higher awareness about health.



Regulation

- Stronger surveillance creating entry barriers.
- Increased relevance of GMP certified production.



Pets

- Increasing rates of spending.
- Higher levels of ownership and life expectancy.



Competitive landscape

- Large MNCs focused on branded products.
- European niche players show limited capabilities.
- Need for more cost-efficient protein production process.



Livestock

- Individualised treatments in developed markets (injectables).
- Industry importance in emerging markets (c.70% of total income).
- Lower treatment penetration in emerging markets.



Human

- Prevalence of generics in human medicine.
- Antibiotics that do not create resistance (fosfomycine).

Strategic Priorities



1

Proactive looking for **CDMO** profitable projects.

2

Expand its **export** business.

3

Develop **new products** and broaden the product portfolio with **licensed-in products**.

4

Focus on the **Fosfomycin** businesss.

5

Develop **public tenders** channel.

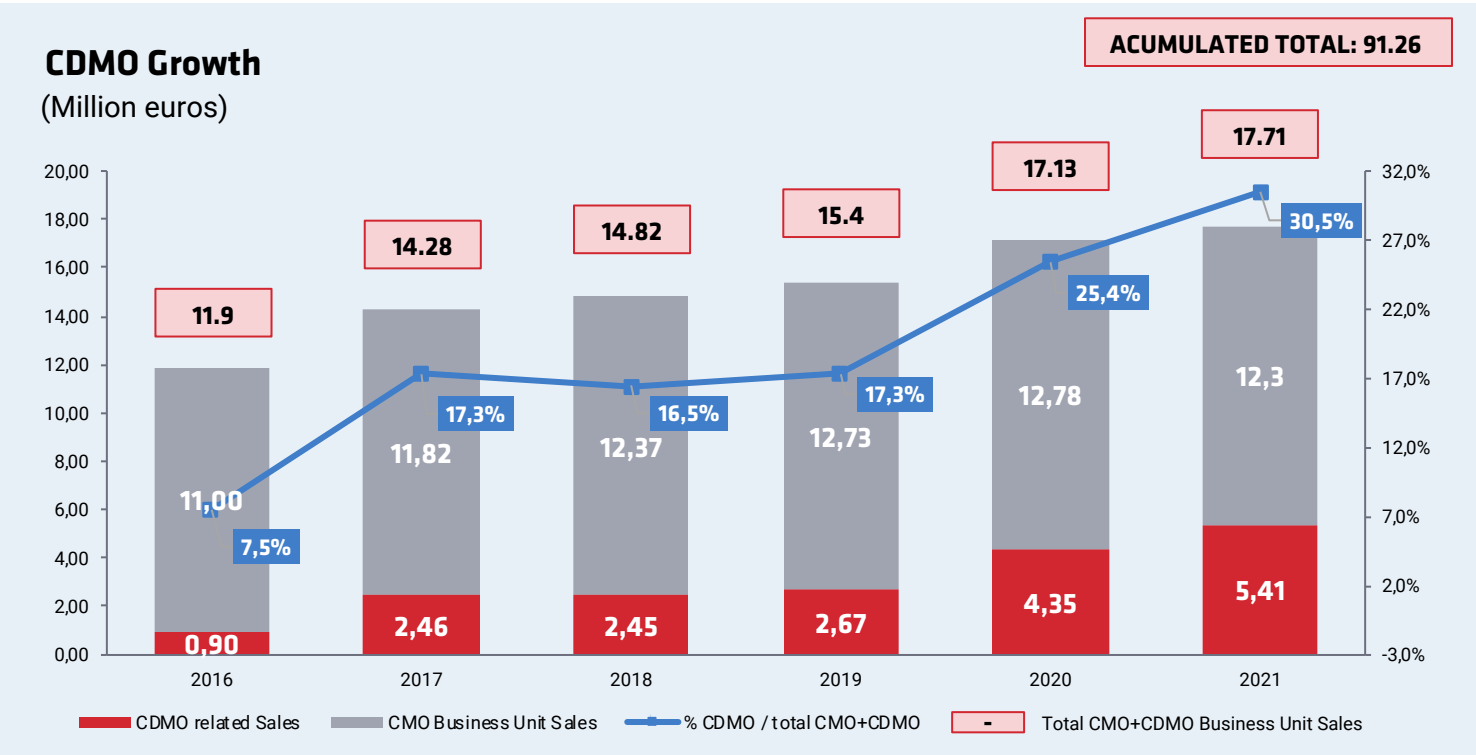
6

Unlock **value through synergies** from the recent acquisitions.

7

Foster **inorganic growth** by selective acquisitions.

1. Continue developing proprietary commercial platform to push CDMO growth



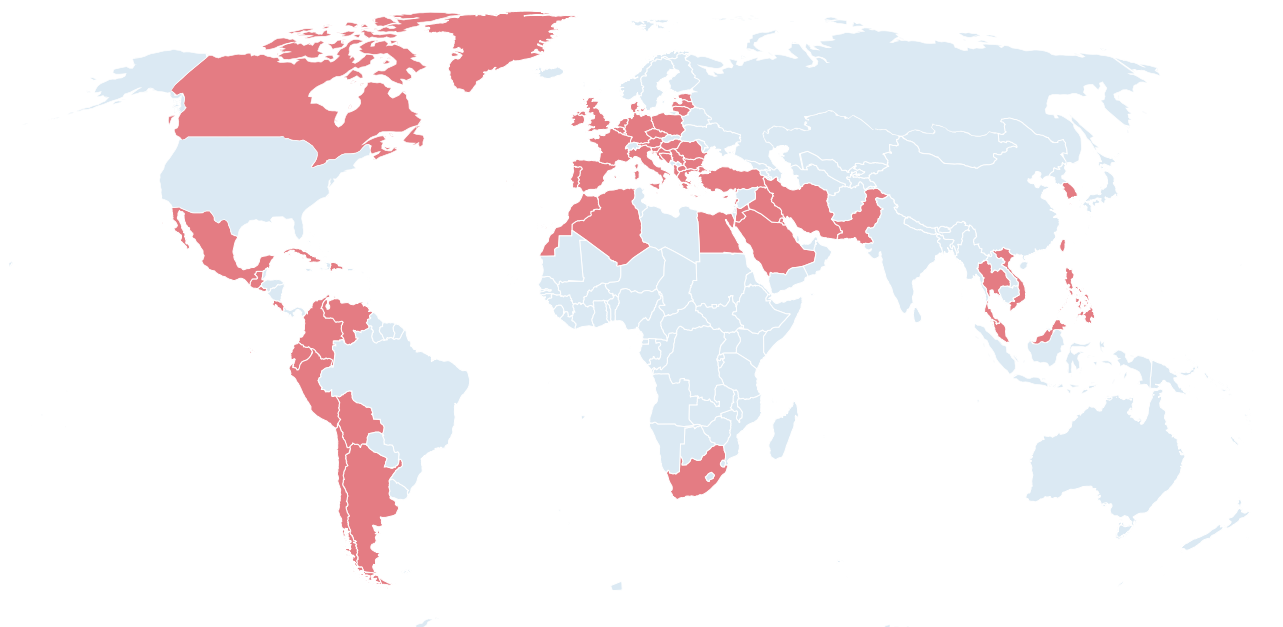
- Continued growth of CDMO over total contract-manufacturing.
- Promote development and innovation in the area of contract-manufacturing to increase revenues.
- Contribute all the added value of our know-how and expertise to increase CDMO's clients base and continue to build clients loyalty.

Growth Drivers	Manufacturing more products for existing clients.	Increase volumes to gain efficiency .	Promote cross-selling between human and animal divisions.	Leverage CDMO-Customer relationship to develop new business, products, and licensing in-agreements.	Penetrate new clients.
-----------------------	---	---	--	---	-------------------------------

The growth will come from **fostering** the **relationship** with the **existing clients** and from bringing **new clients**

2. Expand its export business to leverage the huge potential for growth in both in developed and developing markets

Labiana Registered Animal Products Map



Action Lines

- Establishment of a strong distribution network in Europe in the animal health field.
- Expansion to other new international markets in Asia and Africa reaching almost 20 new distributors worldwide.
- Registration of Ketoprofen injectable 150 mg/ml (Labiprofen) in the animal health field through EU-DCP procedure. 17 MAs obtained and 4 additional ones in process.
- Registration and commercialization of the first Labiana branded products for companion animals: Acepromazine maleate injectable 5 mg/ml (Aceprolab) and Buprenorphine injectable 0.3mg/ml (Buprelab).

For **some markets** might be required **additional investments** to **meet** the **local standards** (i.e. FDA in US).

3. Develop new products and broaden the product portfolio with licensed-in products

Pipeline of new products, some of them in very advanced stage.

 # Cumulative new products in the pipeline

G: Generic

FG: First Generic

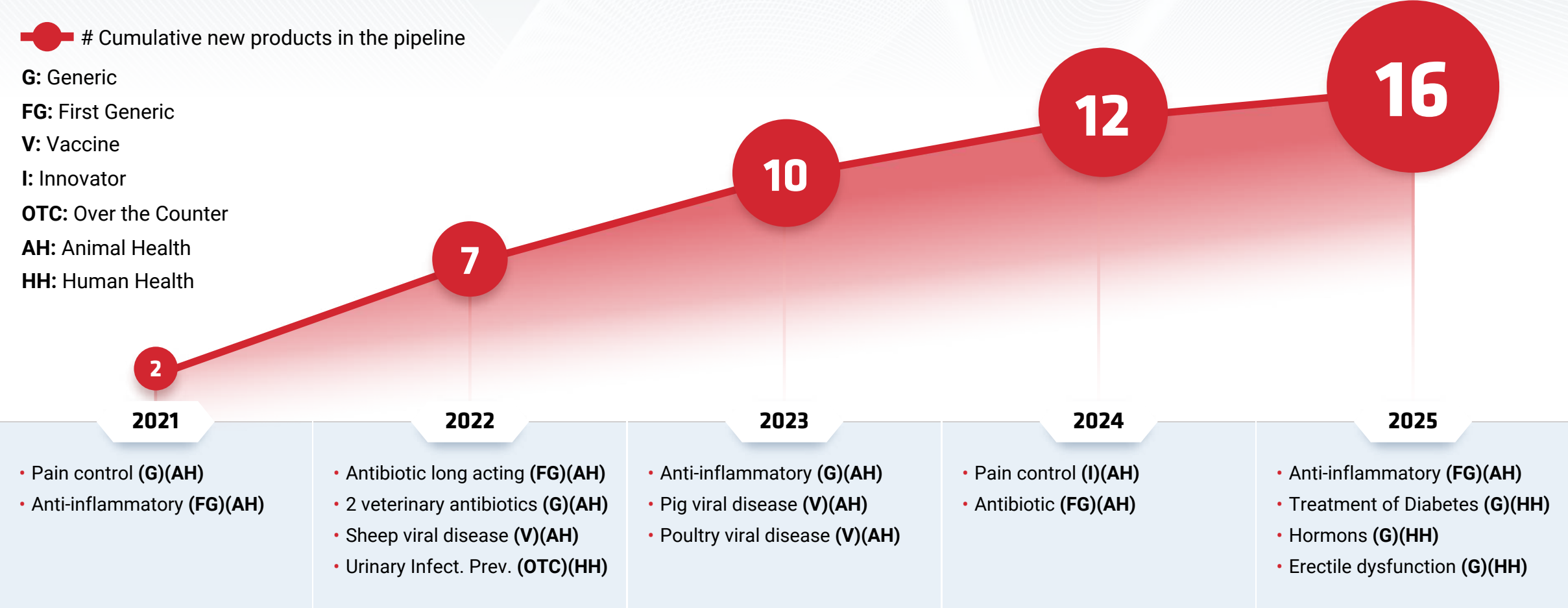
V: Vaccine

I: Innovator

OTC: Over the Counter

AH: Animal Health

HH: Human Health



4. Focus on the Fosfomicin Business

Gradual introduction of the profit-sharing model to reach more markets and reap the benefits from the different price levels in each market

■ Fosfomicin registries and sales ■ Fosfomicin registries ■ Know-how transfer



Action Lines

- Niche drug indicated for the treatment of acute uncomplicated cystitis in adult women and adolescents. A single dose treatment with fast absorption.
- In Spain its is sold under the own trade-mark or under licensing-out agreements.
- The licensing-out agreements contemplate production in Labiana and sales under the brand of the client, especially in the export.
- Given the different price levels in each and every market where its clients operate, Labiana introduced additional profit-sharing mechanism.
- 8 new MAs obtained and 3 new submissions in the human medicine field.

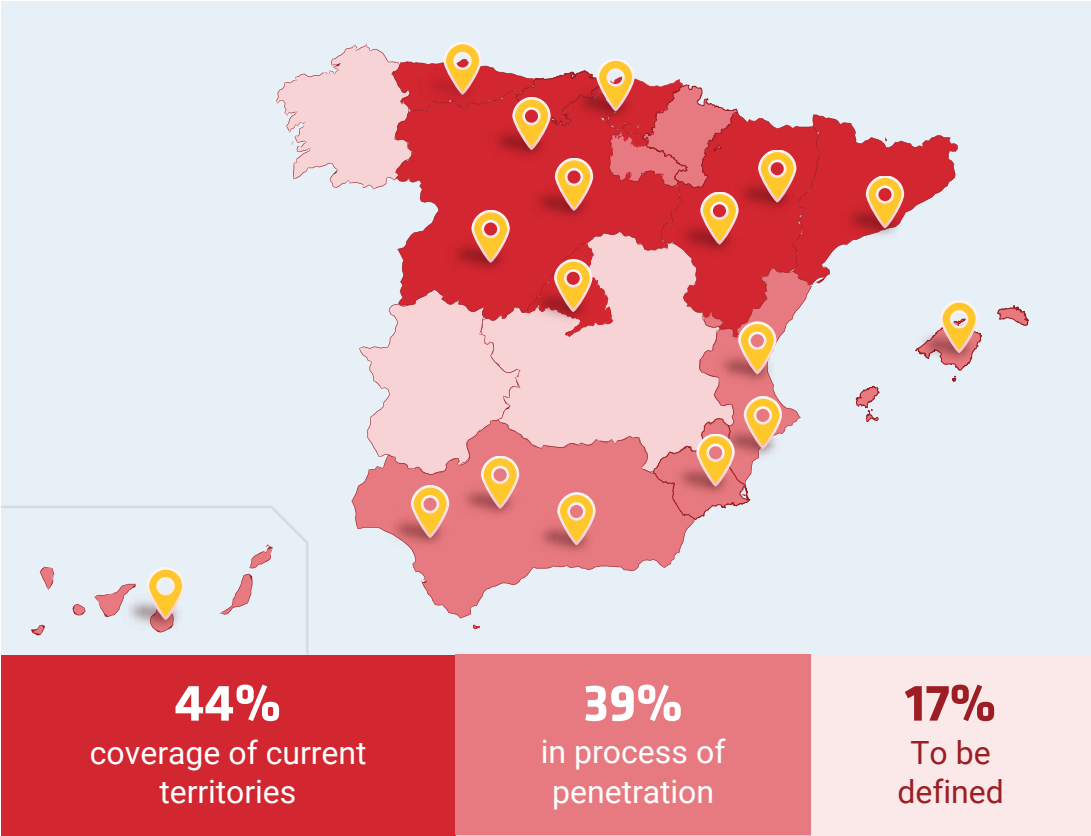
5. Develop Public Tenders Channel

Focus on institutional sales, through public tenders in hospitals in Spain (diabetes-related devices: glucometers, needles, strips).



Customers

- 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. Unlock value through Synergies from the recent acquisitions



Livestock



Human



Pets

Areas of Synergies

Commercial organization	Low cost production basis	Focused R&D teams – pharmacological in Labiana Life and biologicals in Zavod	Distribution partner for the Balkans and Turkey	Leveraged R&D experience in Labiana to foster Pets business line	Unlock value of learning curve across divisions and plants
-------------------------	---------------------------	--	---	--	--

7. Foster inorganic growth by selective acquisitions

Continue exploring opportunistic acquisitions based on key contributions to Labiana Group:

- I** New products
- II** Add know-how
- III** New markets
- IV** Unlock target companys' asset value through integration in Labiana

Highly fragmented Health sector in SMEs segment

Animal



Revenue range bet. 10-60 million euros (excluding Hipra)

Human



Revenue range bet. 2-30 million euros (excluding Ipsen)

Business Plan: Revenue and EBITDA

Targets for 2026E

Revenues > **€120mn**

- **Steady growth within the CDMO division.**
- **Acceleration of the product com, >50% of total revenues by 2026E.**
 - › Animal division will be the fastest growing business:
 1. Launch of new products (including vaccines of Zavod).
 2. Leveraging of existing com. network (synergies from Zavod and Zoleant).
 3. New markets by new distribution agreements and MAs.
 - › Human division will benefit from:
 1. Fosfomycin revenue growth.
 2. Launch of new products currently in the pipeline.
 3. Medical devices distribution.

EBITDA **c.€22mn**

- **Gross margins to remain flat.**
 - › Mix of optimization of margins through higher volumes and negotiations with suppliers.
 - › Potential raw materials price increase (which in most cases is expected to be transferred to the end-client).
- **Lower weight of Personnel and other operating expenses by 2026E, due to the operating leverage that the Group expects to materialize following the recent investments and acquisitions (i.e. synergies).**
 - › Additionally, the Group will continue activating c.€2.5m of personnel costs dedicated to R&D every year.

Table of contents

1. Investment Proposal
2. Company Overview
3. Business Model
4. Growth Plan 2022-2026
- 5. Financial Strategy**
6. Why Labiana

Impact of the current macroeconomic context in Labiana

Labiana's business model has enable it to circumvent most of the largest macroeconomic impacts being currently suffered across industries

Utilities



Fixed rate contracts in place since 2019.

Operations in Russia



No significant operations in Russia or Ukraine.



Europe's need for animal production **independence from Russia**.

Transport



Most of the portfolio is on exworks model (client is responsible for the distribution).

Supplies

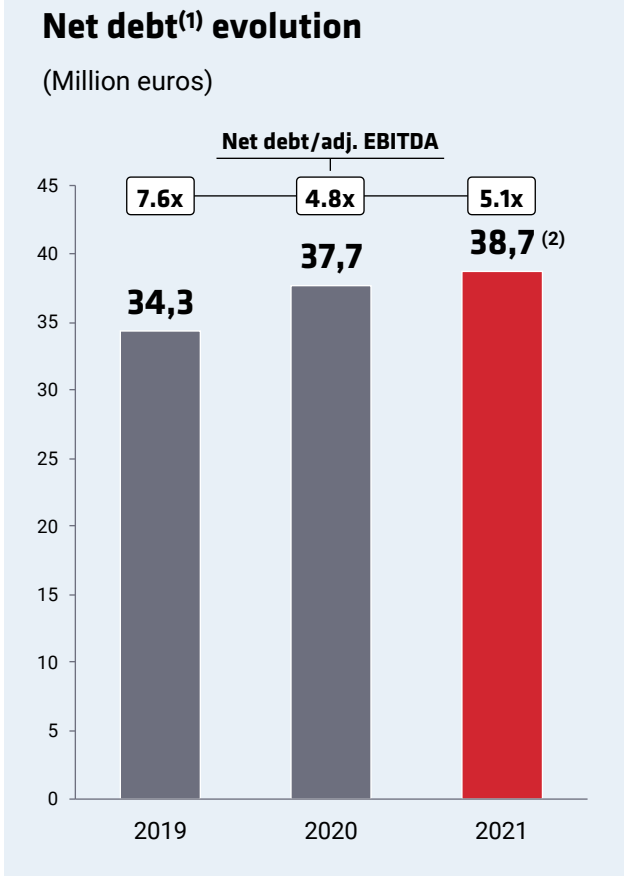
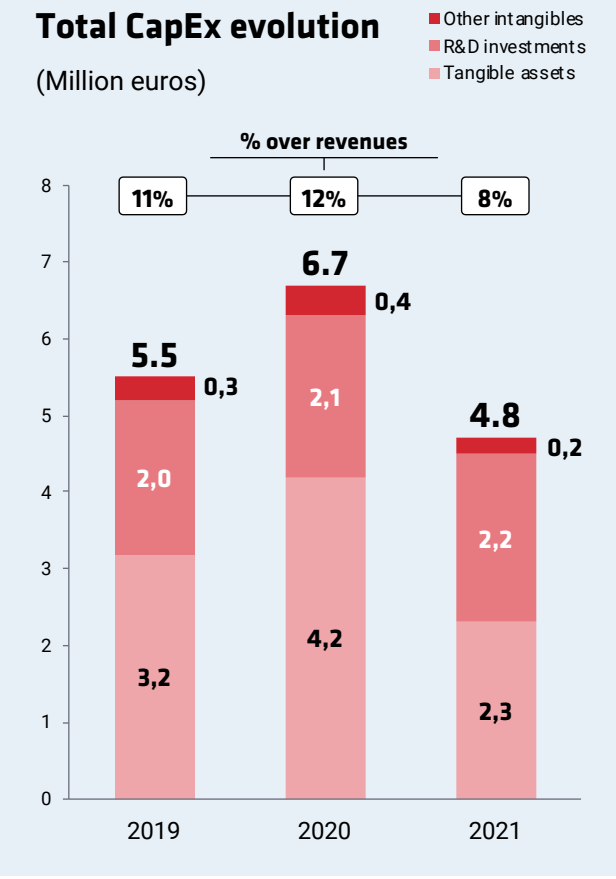


Increase on prices passed onto the clients.



Potential delays on orders due to **shortage of materials**.

CapEx and Financing



Targets 2026E

Annual CapEx 2022E-2026E

c.€5mn

NFD/EBITDA

<3.0x

Working Cap.

Stable

- 1 Strengthen the balance sheet (new equity) about €5mn to €10mn
- 2 Reorganize the debt through:
 - Better amortization schedule (extend debt terms).
 - Optimization of the assets base.

Source(s): Annual accounts, Company information / Note(s): (1) Net debt calculated as = gross debt – cash – short term financial investments; (2) calculated as per footnote 1, minus €3.5m of long-term credits (in relation to Laboratorios Ovejero).

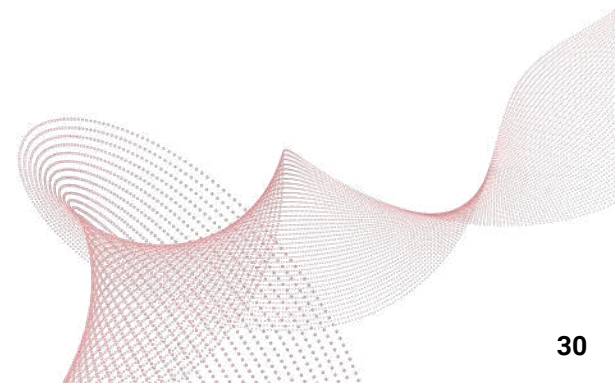


Table of contents

1. Investment Proposal
2. Company Overview
3. Business Model
4. Growth Plan 2022-2026
5. Financial Strategy
- 6. Why Labiana**

Why invest in Labiana?



A **growth** story

Unique listed company in Spain in the Animal Health business with footprint in the Human Health business

- **Growth opportunities** through **geographic diversification** and **expansion**.
- Expand the **Fosfomycin** profit sharing model.
- **New value-added products** development and launch.
- Leverage the production and distribution synergies of the group.



Unique **strengths**

- **Established independent, integrated, injectable** platform in Europe.
- Extensive portfolio of **trusted long-term partnerships with Tier-1 clients**.
- **Strong in-house capacity** to develop, manufacture and commercialize own branded products.
- **Solid capacity** to deal with products with particular **development** and **galenic** complexity.



Favorable industry dynamics and prospects

- **Growing population and income**, outlook for high growth in protein consumption.
- **Livestock: regulatory trends** towards the restriction of massive treatments.
- **Pets**: increasing rates of pet ownership, life expectancy, and spending.
- **Human**: aging population with prevalence of generics in human medicine.



Thank you. ■

Contact

Cristina Ramos Recoder

investors@labiana.com

(+34) 91 991 26 28

www.labiana.com