

LIST ZARZĄDU MIRACULUM S.A.

Drodzy Akcjonariusze,

W 2013 roku Spółka przeszła gruntowną restrukturyzację wszystkich obszarów działalności. Długoletni akcjonariusze spółki mogą odnieść wrażenie, że Miraculum się restrukturyzuje od 2007 roku czyli od debiutu na GPW. W 2008 roku spółka zanotowała 9 mln zł straty na działalności operacyjnej. W 2010 roku, tj. 3 lata po debiucie na GPW, Miraculum ogłosiła upadłość z możliwością zawarcia układu. Spółka zanotowała w 2010 roku zysk z działalności operacyjnej, który wynikał ze zdarzeń jednorazowych – między innymi sprzedaży



Andrzej Kalita
Prezes Zarządu

marki „Kolastyna”. Faktycznie spółka zanotowała ogromną stratę operacyjną z działalności kontynuowanej. Rok później, w maju 2011 roku, Miraculum zawarła układ z wierzycielami – strata z działalności operacyjnej wyniosła 15,6 mln zł. W 2012 roku Miraculum pozyskała kolejne transze długu odsetkowego, w formie obligacji oraz obligacji zamiennych. Większość tych środków została zainwestowana w nietrafione i nierentowne projekty. W połowie 2012 roku Miraculum przejęła spółkę Multicolor Sp. z o.o. (Joko i Virtual) nie

będąc do tego przygotowaną zarówno pod względem organizacyjnym jak i finansowym. W efekcie tych działań pod koniec 2012 roku spółka znalazła się w gorszej sytuacji niż w roku 2010, w którym ogłaszała upadłość. Strata na działalności operacyjnej wyniosła 12,5 mln zł. Niestety spółka nie mogła ogłosić upadłości z możliwością zawarcia układu po raz drugi.

TRANSFORMACJA GRUPY

W listopadzie 2012 roku z inicjatywy wiodącego akcjonariusza, Rubicon Partners SA, został zmieniony zarząd. Od tego momentu zostało

rozpoczęte wdrażanie programu naprawczego opartego na innowacyjnym założeniu ograniczenia skali działalności. Racjonalne uzasadnienie takich działań polegało na wyeliminowaniu ze sprzedaży nierentownych produktów w celu odzyskania rentowności przedsiębiorstwa. Podjęte działania były radykalne a skalatego przedsięwzięcia była w naszej ocenie duża. Podczas pierwszych trzech miesięcy restrukturyzacji niemal 100 nierentownych indeksów zostało wyeliminowanych ze sprzedaży. Zostało zwolnionych ponad 30 pracowników spółki, wypowiadano kilkadziesiąt umów, rozpoczęto redukcję floty samochodów.

Działania te w krótkim czasie ograniczyły ale nie wyeliminowały problemu generowania strat. Dodatkowo problemem, który powodował brak płynności w spółce były niespłacone zobowiązania zaciągnięte w 2012 roku oraz nierotujące zapasy. W maju 2013 roku po raz kolejny został zmieniony zarząd Spółki. Od tego momentu rozpoczęła się zmiana wszystkich obszarów działalności spółki – począwszy od strategii produktowych, procedur wewnętrznych, logistyki, HR, księgowości a kończąc na IT. Działania te, zgodnie z oczekiwaniami generują 500-600 tys. zł. oszczędności miesięcznie. Szczególnie optymalizacja struktury asortymentowej oraz koncentracja działań w kategoriach produktów o największym potencjale wzrostu uchroniły spółkę przed dalszym nierentownym angażowaniem środków w kapitał obrotowy. Dążąc do zbilansowanego wzrostu koncentrowaliśmy się na poprawie marży operacyjnej. Jednakże w całym 2013 roku marżę brutto ze

sprzedaży obciążała wyprzedaż nierotujących zapasów. Restrukturyzacja portfolio pozwoliła na alokowanie nakładów finansowych w obszary najbardziej rozwojowe, zapewniające największe wzrosty. Realizowaliśmy jedynie te projekty, które gwarantowały zwrot z inwestycji. Celem tych radykalnych rozwiązań było przywrócenie Miraculum równowagi wewnętrznej (zmotywowany

**„ROK 2013 JEST PIERWSZYM,
W KTÓRYM SPÓŁKA ZANOTOWAŁA ZYSK
OPERACYJNY OD 2008 R.”**

**„SEGMENT MASOWYCH KOSMETYKÓW
DO MAKIJAŻU W 2013 ROKU
WZRÓSŁ O 7,9%”**

zespół i silne przywództwo). Największym jednak wyzwaniem była restrukturyzacja zadłużenia odsetkowego, którego pierwsza faza zakończyła się w październiku 2013 roku i będzie kontynuowana w 2014 roku. Szczegóły działań restrukturyzacyjnych opisujemy w sprawozdaniu z działalności zarządu Grupy Miraculum. Efektem tych działań jest zysk z działalności operacyjnej – 0,86 mln zł (EBITDA – 1,66 mln zł). Należy stwierdzić, że rok 2013 jest pierwszym, w którym spółka zanotowała zysk operacyjny od 2008 roku, który nie jest pochodną zdarzeń jednorazowych jak to miało miejsce w 2010 roku.

NOWE PERSPEKTYWY

Wyniki za 2013 rok potwierdzają pozytywne rezultaty działań restrukturyzacyjnych. Oceniamy, że perspektywa osiągnięcia rentowności na poziomie netto jest bardzo prawdopodobna a realizacja opublikowanej prognozy jest niezagrożona z zastrzeżeniem trudnego do oszacowania negatywnego wpływu deterioracji sprzedaży na rynkach wschodnich. Pomimo spadku przychodów ze sprzedaży w 2013 roku Grupa osiągnęła dodatni wynik na poziomie operacyjnym, zanotowaliśmy znaczny spadek zobowiązań, a przede wszystkim rentowność Miraculum weszła na drogę wzrostową.

W 2014 roku wdrożymy wiele nowych produktów pod markami Pani Walewska, Wars i Miraculum oraz począwszy od 2 kwartału zaprezentujemy odmłodzoną markę Joko make-up. Wszystkie te zmiany były przygotowywane od października 2013 roku kiedy to uporaliśmy się z finansowaniem kapitału obrotowego. Priorytetem w 2014 roku w Miraculum jest zwiększanie dystrybucji numerycznej i ważonej. Zwiększenie dystrybucji jest kluczem do osiągnięcia satysfakcjonujących wyników w 2015 roku. W 2014 roku w działalności operacyjnej przede wszystkim będziemy się skupiać na zarządzaniu ryzykiem. Chowamy ambicje do kieszeni i inwestujemy środki w przedsięwzięcia

o najmniejszym ryzyku i satysfakcjonującej stopie zwrotu.

RYNEK KOSMETYCZNY NADAL ROŚNIE

W 2013 roku wartość rynku kosmetycznego w segmencie konsumenta masowego, z wyłączeniem sprzedaży bezpośredniej, w Polsce wzrosła, według wstępnych szacunków o 0,3% 2013/2012. Wartość światowego rynku kosmetycznego w tym samym czasie wzrosła o 3,8%. Głównym motorem tego wzrostu w Polsce był segment masowych kosmetyków do makijażu, który w 2013 roku wzrósł o 7,9% osiągając wartość nieco ponad 1 mld zł. Rynek światowy według wstępnych szacunków wzrósł w tym czasie o ok. 19%.

Cały rynek „Health and Beauty” w Polsce pomimo nieznacznego wzrostu wartościowego zanotował istotny wzrost ilościowy. Oznacza to, że klienci nie kupują mniejszej ilości kosmetyków tylko relatywnie tańsze. Jest to dobry prognostyk dla całej branży kosmetycznej na kolejne lata w perspektywie poprawiającego się otoczenia makroekonomicznego. Spodziewamy się, że w 2014 roku nadal główną siłą napędową rynku będą kosmetyki do makijażu i pielęgnacja twarzy a wzrost wartości całego rynku kosmetycznego w 2014 roku przekroczy 3%. Dzięki zakupowi w 2012 roku marek JOKO i VIRTUAL staliśmy się uczestnikami dynamicznie rozwijającego się segmentu „make-up”. Oczekujemy, że marka Joko make-up będzie w 2014 drugim pod względem wartości segmentem w Miraculum.



Krzysztof Urbański
Wiceprezes Zarządu

Zarząd Miraculum S.A.