

List do Akcjonariuszy

Kraków, 14.08.2012 r.

Szanowni Państwo,

W imieniu Zarządu Spółki przekazuję niniejsze Sprawozdanie z działalności Grupy Kapitałowej Miraculum S.A. za I półrocze 2012. Raport zawiera informacje na temat wyników finansowych Spółek oraz wykaz najważniejszych wydarzeń i osiągnięć zrealizowanych w tym okresie. Jest to pierwsze półrocze, które powoli pokazuje słuszność realizacji strategii szybkiego budowania wolumenu poprzez akwizycje oraz rozwój organiczny o nowe kategorie w ramach posiadanych marek. W dniu dzisiejszym publikujemy również prognozę na cały 2012 r. opartą na dwóch parametrach: przychodów i zysku ze sprzedaży.

Najważniejsze wydarzenie pierwszego półrocza to inwestycja polegająca na nabyciu w maju 2012r. 100 % udziałów w spółce Multicolor sp. z o.o. (właściciela dawnego przedsiębiorstwa Multicolor Distribution Grzegorz Kosyl) dzięki, któremu uzupełniliśmy portfolio kategorii produktowych o make up (marki Joko i Virtual), uruchomiliśmy dodatkowy kanał sprzedaży bezpośredniej do drogerii oraz mogliśmy, po połączeniu wyspecjalizować i ułożyć zespół handlowy tak, aby w Tradycyjnym Kanale Dystrybucji w ramach Grupy Kapitałowej wykorzystać wszystkie możliwości pojawienia się naszych produktów na półkach w sklepach takich jak m.in.; drogerie, spożywczo- przemysłowe, wielobranżowe itd. Proces łączenia operacyjnego w ramach Grupy Kapitałowej to trudne przedsięwzięcie trwające kilka miesięcy i wymagające długiego okresu przygotowań oraz bardzo dużego zaangażowania zespołów pracowników obu Spółek. Na dzień dzisiejszy Multicolor sp. z o.o. to już Miraculum Dystrybucja sp. z o.o., która docelowo będzie podmiotem realizującym wszystkie działania sprzedażowe w obszarze towarów i produktów Spółki matki Miraculum S.A. w ramach wszystkich kanałów dystrybucji. Wszystkie efekty synergii i korzyści jakie planujemy osiągnąć dzięki tej inwestycji będą w pełni widoczne do końca 2012r. Chciałabym przypomnieć, że to inwestycja długoterminowa, opierająca swoje założenia na synergii przychodów, której zwrot został rozpisany na 3 lata od momentu inwestycji.

W I kwartale 2012 wdrożyliśmy projekt polegający na otwieraniu nowoczesnych wysp sprzedażowych w największych galeriach handlowych dużych miast. Na dzień dzisiejszy posiadamy 10 placówek, w najbliższych tygodniach liczba ta zwiększy się do 12. Projekt ma na celu przede wszystkim budowę świadomości marek. W sytuacji gdy Spółka nie ma środków na efektywne ale kosztowne kampanie reklamowe, pomysł budowy wysp z bogatym i dobrze wyeksponowanym asortymentem w najbardziej ruchliwych galeriach handlowych okazał się bardzo trafiony, wyspy pełnią również funkcje badawcze. Na początku 2013 roku ruszy również model franczyzowy tego projektu.

Przyjęta strategia rozwoju spółki zaowocowała wzrostem przychodów ze sprzedaży o prawie 40 % w I półroczu 2012 w stosunku do analogicznego okresu roku 2011 w sytuacji gdy branża kosmetyczna

MIRACULUM

- 1924 -

w kategoriach oferowanych przez Miraculum (pielęgnacja twarzy, pielęgnacja ciała, preparaty do i po goleniu oraz perfumeria) zanotowały spadki, lub tylko 1-5% wzrosty. Dzięki inwestycjom w IV kw. 2011 i w I półroczu 2012 jesteśmy obecni w coraz większej ilości sklepów, co powoduje, że klienci rezygnują z produktów konkurencji i wybierają nasze marki.

Nasza obecność jest jeszcze niewystarczająca, ale jesteśmy przekonani, że nasza determinacja w zdobywaniu tak trudnego rynku oraz sukcesy w pozyskiwaniu środków na rozwój przełożą się na poprawę wiarygodności w oczach inwestorów. Bardzo nas cieszy ciężko wypracowany wynik w pierwszym półroczu na poziomie 25 mln. Byłby on jeszcze wyższy, gdyby nie czynniki zewnętrzne, takie jak około trzymiesięczne opóźnienie w przejęciu Multicolor sp. z o.o. oraz awaria maszyny produkującej kremy do golenia Lider i Wars, która spowodowała, że przez dwa miesiące II kwartału nie mogliśmy realizować zamówień zawierających te produkty.

Wzrost w 2012 kosztów sprzedaży (dział sprzedaży, koszty umów handlowych) i kosztów ogólnego zarządu (marketing, finanse, księgowość, logistyka, zarząd i RN) wynika z nakładów inwestycyjnych i działań marketingowych jakie Spółka musi realizować, aby realizować wzrosty i bardzo dobre wyniki na poziomie wskaźnika EBITDA (cel na 31.12.2014 – 25mln). Cały rok 2012 jest postawiony pod znakiem inwestycji w rynek, dystrybucję i w marki, które są bardzo pożądane przez Spółkę po dwóch latach walki o przetrwanie. Zapewniam wszystkich, że dużo łatwiej jest przekonać Sąd do upadłości z możliwością zawarcia układu niż ten układ zrealizować. Nie chcemy już patrzeć w przeszłość tylko szukać szans w przyszłości. Branża FMCG jest bardzo dynamiczna i wymagająca, w której, branża kosmetyczna to jedna z najbardziej konkurencyjnych kategorii jakie mamy na polskim rynku. Prawie trzy lata bez inwestycji w rynek wyrządziły olbrzymie szkody i teraz, aby dogonić swoją pozycję sprzed lat w rankingu największych polskich spółek kosmetycznych musimy przekroczyć poziom przychodów powyżej 150-200 mln.

Osiągnięcie takich poziomów będzie możliwe przy spełnieniu dwóch czynników, pierwszy to znalezienie biznesów, które będą wpisywały się w naszą strategię akwizycyjną oraz będzie możliwe finansowanie wzrostów (zapasy i należności) z bieżącego cash flow na takim poziomie na jakim gwarantuje nam to realizowanie wszystkich zamówień od naszych odbiorców. Na ten moment niestety cash flow jest najbardziej obciążony spłatami długów pochodzącymi z okresu układu, które hamują nasz rozwój. Stąd też decyzja Zarządu o konwersji Obligacji na kwotę 8,8 mln na akcje, dzięki czemu Spółka w znaczny sposób ograniczyła koszty odsetkowe. Restrukturyzacja finansowa polegająca na zastąpieniu drogich obligacji poprzez kredyty bankowe lub poprzez konwersję na akcje będzie realizowana gdy nasz standing finansowy ulegnie dalszej poprawie w wyniku realizacji zamierzeń o których napisaliśmy wyżej.

Z poważaniem

Monika Nowakowska

Prezes Zarządu