

Do Akcjonariuszy Mercator Medical S. A.

Szanowni Państwo,

Dziękuję za zainteresowanie Grupą Kapitałową Mercator Medical oraz jej akcjami notowanymi na GPW.

Przychodzi mi powtórzyć za ostatnim *Listem do akcjonariuszy*: cena akcji naszej spółki nie korelowała w ciągu ostatniego roku ani z ich wartością mierzoną wynikami bieżącymi, ani oczekiwanymi w przyszłości. Wpłynęły na to między innymi liczne niekorzystne zjawiska makroekonomiczne.

W roku 2015 osiągnęliśmy wszystkie zamierzone cele rozwojowe – tak w dystrybucji, jak produkcji oraz wszystkie wyniki z wyjątkiem jednego. Uzyskaliśmy w ujęciu skonsolidowanym: 226,6 mln zł sprzedaży, to jest o 58,1 mln zł i 34% więcej niż w roku 2014; 22,8 mln marży EBITDA, to jest o 6,4 mln zł i 38% więcej niż w roku 2014; 10,3 mln zł zysku netto, to jest niestety tylko o 0,3 mln zł i 3% więcej niż w roku 2014. Gdyby skonsolidowany zysk netto za rok 2015 powiększyć o ubytki będące efektem zdarzeń o charakterze jednorazowym, takich jak: skokowe osłabienie hrywny ukraińskiej oraz rubla rosyjskiego czy też ujęcie trzyletniego kosztu programu motywacyjnego, których łączną wysokość szacujemy na 3,1 mln zł, to wyniósłby on około 13,4 mln zł. Zatrudnienie w Grupie przekracza obecnie 600 osób, z których około 440 zatrudniamy w Tajlandii, a ponad 160 w Europie.

Wszystkie pozycje wynikowe traktujemy poważnie, jakkolwiek do marży EBITDA podchodzimy szczególnie. W roku 2013, kiedy w ostatnim kwartale debiutowaliśmy na GPW, uzyskaliśmy 14 mln marży EBITDA, po dwóch latach zwiększyliśmy ją o ponad 62%.

W 2015 roku w naszej spółce w Tajlandii zwiększyliśmy do 100 mln produkcję rękawic. Wzrosła też nasza bezpośrednia aktywność dystrybucyjna w Rosji w ramach spółki z partnerem lokalnym. Oznacza to, że wyniki z zeszłego roku nie pokazują całorocznego potencjału obu tych inwestycji, będzie on widoczny dopiero w roku 2016. Udało nam się również wdrożyć większość zamierzonych usprawnień organizacyjnych. Takich aktywności nigdy dość w biznesie, który szybko rośnie i się rozwija.

Mamy gotową strategię rozwoju Grupy na lata 2016–2018 i czynimy ostatnie przygotowania przed podjęciem jej realizacji. Mowa o kilku projektach inwestycyjnych – największy i najambitniejszy z nich, związany z produkcją w Tajlandii, zapowiadaliśmy już wcześniej. Nie przestajemy także rozwijać naszej sieci dystrybucyjnej, która w tej chwili jest zlokalizowana w państwach o łącznej populacji około 270 mln, a ponadto pozwala nam na eksport do wielu innych krajów. Wszystkie te działania mają na celu zwiększenie naszego potencjału biznesowego w branży medycznych materiałów jednorazowego użytku, w której się specjalizujemy, oraz osiągnięcie kilkuprocentowego udziału w globalnym rynku rękawic medycznych. Strategię ogłosimy niezwłocznie po tym, jak uda się nam spełnić wszystkie ważniejsze wymogi formalne dla najistotniejszych projektów, których ona dotyczy.

Ciągle bierzemy pod uwagę finansowanie inwestycji nową emisją akcji. Takie działanie podwyższyłoby skokowo nasze kapitały własne i poprawiłoby płynność akcji na GPW. Do tego jednak konieczne jest, by ich cena lepiej odzwierciedlała wartość. Póki to się nie zdarzy, będziemy się finansować własnymi siłami i długiem odsetkowym. Z jednej strony zwiększy to lewarowanie finansowe, z drugiej jednak umożliwi nam sięgnięcie dalej i wyżej, kiedy przeprowadzenie emisji akcji stanie się bardziej sensowne z naszego punktu widzenia. Jesteśmy formalnie (przez siedzibę spółki) i emocjonalnie przywiązani do Polski, a co za tym idzie – do GPW w Warszawie, tym niemniej nasz biznes ze względu na swą naturę staje się coraz bardziej międzynarodowy. W roku 2015 nasza sprzedaż w ramach dystrybucji podzieliła się na 78,5 mln zł w Polsce oraz 89,9 mln zł poza Polską. Sprzedaż produktów z naszego zakładu w Tajlandii wyniosła poza Grupą 56,7 mln zł. Prowadzenie biznesu za granicą staje się dla nas nie tylko coraz łatwiejsze, ale i coraz bardziej naturalne. Mamy nadzieję, że uodpornia nas to coraz bardziej na pojawiające się ciągle to tu, to tam lokalne przeszkody.

Uważamy, że spółki istnieją głównie po to, by zwiększać swą wartość i płacić dywidendę swoim akcjonariuszom. Jeśli ktoś z Państwa uznałby naszą politykę dywidendową na teraz i na przyszłość za niedookreśloną, spieszę wyjaśnić, że bierze się to z naszej chęci intensywnego i ekstensywnego rozwoju w czasie mocnych zawirowań zewnętrznych; wspominam o tym wyżej. Dywidendy stanowiącej mniejszą część ubiegłorocznych zysków nie wypłacimy tylko w przypadku konieczności sięgania w pierwszej połowie 2016 roku po lewarowanie w celu sfinansowania inwestycji, które uznamy za silne.

Dziesięciokrotny wzrost Mercator Medical w ciągu niecałej dekady – a tak patrzymy na Grupę na tle lat do 2020 roku – stawia niemałe wyzwania przed zarządzającymi, między innymi w

godzeniu spraw operacyjnych z bardziej długofalowymi. Władze spółki zdecydowały się wzmocnić Zarząd przez zaproszenie do niego Witolda Kruszewskiego, który wziął odpowiedzialność za Finanse i Organizację. Wyraźniej wydzielono także w obrębie czteroosobowego Zarządu warstwy: zarządową, strategiczną – właściwą członkom zarządu i zarządcą, operacyjną – właściwą dyrektorom operacyjnym. Za pierwszą odpowiadam ja jako prezes Zarządu, za drugą weźmie od kolejnego miesiąca odpowiedzialność Leszek Michnowski jako wiceprezes Zarządu i CEO Grupy. O tej zmianie poinformowaliśmy w raporcie bieżącym nr 4/2016 z dnia 3 marca 2016. To usprawnienie odpowiada potrzebom wewnętrznym naszego biznesu, a także doświadczeniu, kompetencjom i skłonnościom nas obu. Po jego wprowadzeniu powinniśmy funkcjonować i rozwijać się lepiej niż dotychczas.

Naszym głównym zadaniem jest zapewnienie klientowi odpowiedniego serwisu mimo konkurentów mnożących się wprost proporcjonalnie do rosnącego i niepodzielonego ostatecznie rynku, na którym operujemy. Szczegółowe sposoby na radzenie sobie z tym zjawiskiem musimy zachować do własnych wiadomości z oczywistych względów. Państwo mogą ewentualnie obserwować i doceniać zewnętrzne znamiona naszych działań w postaci rosnących wyników i udziałów w rynku.

Serdecznie pozdrawiam

W imieniu zarządu:

dr Wiesław Żyznowski

Prezes Zarządu Mercator Medical S.A.