

## List Zarządu Miraculum S.A.

*Drodzy Akcjonariusze,*

Rok 2015 był trudnym i przełomowym rokiem działalności Spółki. W zaledwie 12 miesięcy postanowiliśmy przeprowadzić wszelkie zmiany jakich wymagała Spółka, aby móc przetrwać na tak konkurencyjnym rynku z tak dużymi obciążeniami finansowymi. Był to też rok rekordowych inwestycji jak na Miraculum w odbudowę i budowę kanałów sprzedaży, aby rok 2016 był pierwszym, od którego Spółka zacznie być rentowna a jedyny obszar do restrukturyzacji pozostanie w obszarze obniżania kosztów finansowych.

Rok 2015 rozpoczęliśmy z długiem finansowym w Obligacjach przekraczającym wartość rocznych przychodów firmy na wyrobach i towarach. Pomimo spłaty kilku milionów zobowiązań finansowych jeszcze w IV kwartale 2014 roku. Dodatkowo zadłużenie pozostawione przed poprzedni Zarząd w ponad 70% było zadłużeniem krótkoterminowym ze średnim oprocentowaniem przekraczającym 16% rocznie. Sytuacja Spółki była na tyle poważna, że większość wierzycieli finansowych nie dawała szans Spółce na przetrwanie. Oprócz zadłużenia finansowego Spółka miała także problemy z dostępnością produktów do sprzedaży. Marki Miraculum, Gracja, czy Virtual, które w 2012 wygenerowały prawie 15 mln przychodów zostały 2013 roku wycofane z oferty, ale zapomniano przed tą decyzją o wyprzedaży produktów z magazynu oraz o zużyciu opakowań, które niestety w 2015 roku zarówno te w magazynie jak i te pozostawione u klientów w rynku nadawały się wyłącznie do utylizacji.

Drugi kwartał to okres burzliwych negocjacji z wierzycielami finansowymi. Trudno było przekonać osoby funkcjonujące w świecie wskaźników finansowych, że spadek sprzedaży nie jest efektem braku zainteresowania naszymi markami a skutkiem błędnych decyzji podjętych w 2013 i 2014 oraz nietrafionych wdrożeń nawet pod tak dobrymi markami jak Pani Walewska. W Rachunku Zysków i Strat nie ma utraconej marży na niezrealizowanych zamówieniach w związku z ograniczeniem oferty asortymentowej o 70% w roku 2013/2014. Po wielotygodniowych negocjacjach udało się wypracować kompromis. W tym okresie Spółka pozyskała też środki na produkcję zestawów świątecznych i nowości oraz na koszty restrukturyzacji. Ustalone zostały także warunki transakcji przejścia Zarząd kluczowego pakietu akcji przez nabycie udziałów w Spółce Rubid 1 Sp. z o.o.

Trzeci kwartał rozpoczął się od transakcji MBO ( wykupu menadżerskiego) i wzięcia całkowitej odpowiedzialności Zarządu za strategię rozwoju Spółki. Był to też czas produkcji elementów do zestawów świątecznych oraz intensywnego przygotowywania się sezonu jesienno-zimowego. Zmiana przepisów dotyczących receptur produktów w aerozoluach a także upalny sierpień spowodowały, że niestety większość naszych planów musiała ulec skorygowaniu. Wymuszone przerwy produkcyjne spowodowały, że żaden z elementów do zestawów nie przyjechał we wcześniej ustalonym terminie co przełożyło się na konieczność konfekcjonowania zestawów oraz realizowania bieżących zamówień z kilkutygodniowym opóźnieniem. Cały zespół musiał pracować w warunkach wysokiego stresu, aby uratować jak największą część obrotu. Tym bardziej, że wchodząc w sezon świąteczny wiedzieliśmy, że o 2 miesiące i tak jesteśmy spóźnieni z zamówieniami, bo środki na produkcję pozyskaliśmy do Spółki później niż planowaliśmy. Było trudniej w historii. Zespół i dostawcy stanęli na wysokości zadania. Największe wyzwania logistyczne było dopiero przed nami.

Czwarty kwartał był inny niż pozostałe. Zakończyliśmy okres restrukturyzacji i postawiliśmy na inwestycje. Dzięki temu czwarty kwartał był rekordowy pod względem przychodów ( to tylko 10 tygodni sprzedaży), pomimo opóźnień terminów wdrożeń. Był też rekordowy pod względem inwestycji w rozwój kanałów dystrybucji. W kraju inwestowaliśmy w powrót na półki do sieci sklepów, w których kiedyś byliśmy obecni a poza granicami zainwestowaliśmy w targi oraz budowę wieloosobowego zespołu eksportowego. Wszystkie działania ukierunkowane na jeden cel- 2016 rok ma być już rentowny.

Po czterech trudnych kwartałach w mojej ocenie mamy zbudowany już fundament do trwałego budowania wartości Miraculum. Spółka została znacznie oddłużona (dług w Obligacjach spadł z ponad 34 mln do 22 mln ). Przychody na markach, które mamy w portfolio wciąż rosną. Niektóre w rekordowym tempie. Nowości, które wprowadzamy odnoszą sukcesy rynkowe. Zdobyliśmy bardzo wielu odbiorców poza granicami. Tylko ten wynik 2015.... cóż... strata to wyłącznie jednorazowe koszty restrukturyzacji oraz koszty inwestycji. Uznałam jednak, że wyniki począwszy od 2016 roku są ważniejsze niż wynik samego 2015 roku. Począwszy od wyników za Q1 2016 będą mogli Państwo samo ocenić efekty działań. Porównywanie wyników do 2014 nie jest do końca uzasadnione, bo w 2014 ponad 8 mln przychodów i ponad 6 mln zysku na sprzedaży stanowiła marka Brutal, której od 2015 nie mamy już w swojej ofercie.

Teraz czas na budowanie wartości dla akcjonariuszy. Od wielu lat na Spółce zarabiają tylko wierzyciele, dostawcy i odbiorcy. Najwyższa pora, aby Miraculum zarówno w kraju jak i poza granicami stało się znaczącym graczem na rynku kosmetycznym. Wszystko co jest Nam do tego potrzebne już mamy: marki, zespół, doświadczenie, kompetencje oraz to czego brakowało w tej Spółce od wielu lat, czyli stabilność właścicielską.

Z poważaniem

Monika Nowakowska

Prezes Zarządu