

Prognozy finansowe i strategia rozwoju Harper Hygienics S.A. na lata 2018-2019

1. Prognozy finansowe na lata 2018-2019

Zarząd Harper Hygienics S.A. przygotował i przyjął prognozę wyników finansowych na lata 2018 i 2019 w zakresie przychodów ze sprzedaży, wyniku EBITDA, marży EBITDA oraz wskaźnika DEBT/EBITDA.

Prognoza opiera się na planach sprzedażowych Spółki oraz na poprawie efektywności operacyjnej zakładów produkcyjnych.

Jednocześnie Zarząd zaznacza, iż prognoza ta będzie podlegała bieżącej ocenie pod kątem możliwości jej realizacji.

	2017	2018P	2019P
Przychody ze sprzedaży	241,7 mln zł	286,7 mln zł	332,6 mln zł
EBITDA	6,2 mln zł	15,1 mln zł	24,6 mln zł
Marża EBITDA	2,6 proc.	5,3 proc.	7,4 proc.
DEBT/EBITDA		5,5	3,5

2. Strategia rozwoju na lata 2018-2019

Zarząd Harper Hygienics podjął decyzję o przyjęciu strategii na lata 2018-2019. Spółka zamierza skoncentrować swoją działalność na optymalizacji obecnych rozwiązań oraz dalszym rozwoju działalności w celu wzrostu przychodów oraz poprawy marżowości.

Dzięki przyjętej strategii Spółka zamierza osiągnąć następujące cele biznesowe:

- stworzenie silnych, wysokomarżowych marek własnych dla wszystkich kategorii produktów;
- wzmocnienie działalności eksportowej i dalsza ekspansja zagraniczna;
- optymalizacja kosztów i efektywności produkcji;
- utrzymanie dwucyfrowej dynamiki wzrostu przychodów ze sprzedaży, znacząca poprawa marży EBITDA oraz istotne obniżenie poziomu zadłużenia.

Założenia strategii zostały oparte o dokładne analizy sytuacji rynkowej, globalne prognozy rozwoju rynku produktów higieniczno-kosmetycznych oraz weryfikację sytuacji wewnętrznej przedsiębiorstwa. Nowy Zarząd przeanalizował dotychczasową działalność Spółki oraz określił obszary wymagające dalszego wsparcia lub niezbędnych restrukturyzacji.

Spółka rozpoczęła już realizację przedstawionych celów.

Nowe kategorie produktów

Przyjęta strategia zakłada koncentrację na rozwoju nowych, wysokomarżowych produktów własnych. Oferta Spółki zwiększona zostanie o nowe kategorie produktów o wysokim, niezagospodarowanym dotąd przez Harper, potencjale komercyjnym. Do oferty wprowadzone zostaną m.in. produkty

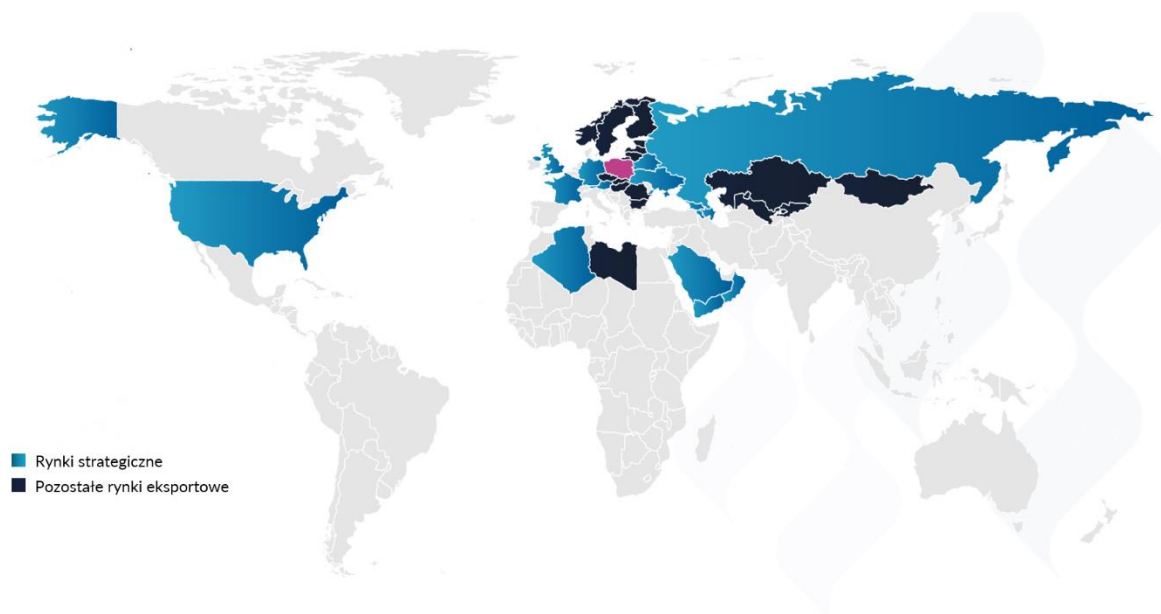
kosmetyczne takie jak: płyny antybakteryjne, maseczki kosmetyczne, kosmetyki dla dzieci; produkty z kategorii higiena zwierząt, czy pieluchy.

Do 2019 r. udział marek własnych w strukturze przychodów ma wynosić 50 proc. (pozostałe 50 proc. stanowią produkty private label).

Ekspansja zagraniczna

Zarząd Harper Hygienics planuje wzmocnienie sprzedaży eksportowej do poziomu 38 proc. przychodów ze sprzedaży w 2019 r. W celu pokrycia większego obszaru poprzez własne kanały sprzedażowe, wzrośnie liczba przedstawicieli handlowych na rynkach zagranicznych.

W pierwszej kolejności spółka zamierza rozwijać sprzedaż na rynkach europejskich, rynku rosyjskim i Stanów Zjednoczonych. Ponadto, planuje wejście do krajów skandynawskich, na Bliski Wschód oraz do Egiptu.



Optymalizacja produkcji

Analiza sytuacji wewnętrznej przedsiębiorstwa, zdiagnozowała obszary wymagające niezbędnej restrukturyzacji. W strategii postawiony został szczególny nacisk na optymalizację i modernizację linii produkcyjnych, a co za tym idzie:

- renowację i poprawę funkcjonalności linii produkcyjnych;
- ograniczenie liczby maszyn na rzecz nowych, bardziej efektywnych rozwiązań;
- ograniczenie pracy ręcznej.

Dzięki wprowadzonym optymalizacjom, Spółka znacząco ograniczy wskaźnik odpadowości oraz poprawi efektywność energetyczną zakładu produkcyjnego. W konsekwencji znacząco poprawią się moce produkcyjne Harper Hygienics.

Szacunkowe plany inwestycyjne na lata 2018-2019

Szacowane potrzeby inwestycyjne na realizację założeń strategii Zarząd określa na poziomie 18 mln zł.



Dzięki przeprowadzonym inwestycjom, oczekiwane oszczędności na lata 2018-2019 Zarząd szacuje na poziomie 20 mln zł.

Spółka nie planuje w najbliższym czasie emisji akcji.