

PISMO PREZESA ZARZĄDU HARPER HYGIENICS S.A. DO RAPORTU ZA ROK OBROTOWY TRWAJĄCY OD 1 KWIETNIA 2021 DO 31 MARCA 2022

Szanowni Akcjonariusze, Szanowni Państwo,

Do nowych osiągnięć Harper Hygienics S.A. w 2021 roku należy rozbudowa linii produktowej oraz wzrost sprzedaży o 12%. Tym samym Spółce udało się osiągnąć wolumeny sprzedaży na poziomie 260,3 mln zł wobec 232,5 mln zł rok wcześniej. Harper zainwestował znaczne środki w rozwój różnych kanałów sprzedaży i nowe obszary biznesowe, co pozwoliło poszerzyć asortyment produktów na rynku krajowym i zwiększyć sprzedaż w Polsce z 93,2 mln zł do 134,6 mln zł. W związku z tym poszerzenie linii produktowej marki oraz podpisanie nowych kontraktów w zakresie marki własnej pozwoliło zwiększyć obroty o ponad 44% w ciągu roku.

Rok finansowy 2021, który trwał od 1 kwietnia 2021 do 31 marca 2022 to dla Harper Hygienics S.A. rok różnorodnych wyzwań. Trwające blokady związane z pandemią COVID-19, galopująca inflacja surowców w drugiej połowie roku, wojna w Ukrainie i w związku z tym odmowa przez Spółkę współpracy z partnerami na rynkach Białorusi i Rosji w czwartym kwartale roku obrotowego miała istotny bezpośredni wpływ na wyniki finansowe. W szczególności relacja EBITDA do przychodów ogółem spadła z 10,2% w 2020 roku do skromnego 3,9% w 2021 roku. Pomimo wszystkich wyzwań stojących przed Harper Hygienics S.A., Spółka kontynuuje pomyślny rozwój, rozszerzając swoją obecność na rynku krajowym w Polsce i zajmuje ugruntowaną pozycję w eksporcie.

Spółka stale inwestuje w rozwój nowych produktów i jest liderem w swoich kategoriach oferując unikalne rozwiązania w produktach bawełnianych, jak płatki kosmetyczne, patyczki oraz waciki, a także w kategoriach produktów włókninowych tj. nawilżane i suche chusteczki. Spółka z powodzeniem rozwija wszystkie swoje marki: Cleanic, Kindii, Presto, Ola, Pettino i Sweet Sense. Harper Hygienics S.A. umacnia również swoją pozycję w innych kategoriach, których rozwój rozpoczął się w 2020 i 2021 roku, a mianowicie w kategorii suchych chusteczek, higieny kobiecej i chłonnych prześcieradeł. We wszystkich tych kategoriach Spółka rozszerzyła listę proponowanego asortymentu. Stosujemy odpowiedzialne i zrównoważone podejście do produkcji. Asortyment został poszerzony o nowe, zrównoważone produkty konsumenckie we wszystkich kategoriach, a na rynek wprowadzono produkty spełniające nowoczesne standardy jakości i poszanowania natury.

Pozwoliło to utrzymać, a nawet zwiększyć sprzedaż produktów pod markami Spółki w obliczu wprowadzonych w roku obrotowym 2021 blokady COVID-19, wykazując wzrost o 3%. Składnik markowy sprzedaży wyniósł 101,5 mln zł wobec 98,2 mln zł rok wcześniej. Dynamicznie rozwijał się również segment e-commerce, który w czasie pandemii stał się jednym z naszych najważniejszych kanałów dystrybucji.

Zarząd Harper Hygienics S.A. właściwie ocenia wyzwania z jakimi Spółka musiała się zmierzyć w roku obrotowym 2021. W roku obrotowym 2022 będziemy realizować działania niezbędne do poprawy wyników finansowych. W szczególności trwa rewizja cen sprzedaży, co jest nieuniknione w warunkach szybko zmieniającego się klimatu makroekonomicznego. Spółka poprawi również wydajność łańcuchów produkcyjnych, wracając tym samym do normalnych wskaźników finansowych i kompensując wysoką inflację surowców i inflację energii. Ważnym elementem naszej działalności w bieżącym roku obrotowym jest również reorientacja sprzedaży z rynków Ukrainy, Białorusi i Rosji. Aby zrekompensować spadek obrotów spółki na rynkach ściśle związanych z działaniami militarnymi na terenie Ukrainy – które wcześniej stanowiły znaczący portfel sprzedaży spółki i były ważnym czynnikiem wzrostu – Spółka wejdzie na nowe rynki.

Zgrany zespół Harper Hygienics z ufnością patrzy w przyszłość. Naszą misją jest podnoszenie jakości życia poprzez oferowanie wysokiej jakości produktów wszystkim naszym partnerom na wszystkich rynkach. Zwiększy to wartość dla naszych Akcjonariuszy, osiągnie nowe wyżyny w zrównoważonym rozwoju, poszerzy naszą ofertę produktową i zwiększy udział w rynku, poprawiając tym samym wyniki finansowe.

Dmitrij Kostojanskij  
Prezes Zarządu Harper Hygienics S.A.