



Szanowni Państwo,

zeszłoroczny list zacząłem od zdania: „Wypowiadać się w marcu o tym, co firma zdołała w roku uprzednim, jest zawsze nieco przestarzałe. Robić to 22 marca 2020 roku, w środku epidemii związanej z koronawirusem, jest zadaniem bardziej dla archiwisty niż dla tego, komu biznes zmienia się dosłownie z godziny na godzinę, z dnia na dzień. Dlatego chciałbym tym razem napisać krótko nie tylko o przeszłości, ale także o teraźniejszości”. Potwierdziło się to, co wtedy przewidziałem. Pandemia COVID-19 zmieniła Mercatora praktycznie pod wszystkim względami oprócz tego, czym się zajmuje. Podstawowym zadaniem firmy nadal jest produkcja i dystrybucja jednorazowych rękawic i innych środków ochrony osobistej. Nawet gdyby pandemia i jej skutki ustały nagle w cudowny sposób, Mercator jest już zupełnie innym biznesem – nie tylko dzięki ponad 712 milionom złotych wygenerowanej gotówki z działalności operacyjnej w roku 2020 roku, ale także ze względu na wszystkie inne zmiany, które w tym czasie zaszły i do których doprowadziliśmy. Mam nadzieję, że były to zmiany tylko korzystne.

W latach 2017–2019 notowaliśmy słabe wyniki finansowe, ponieważ podczas intensywnego rozwoju nie udało się nam wypracować lepszych. Ale tylko dzięki temu skupieniu na wzroście biznesu mogliśmy osiągnąć tak imponujące wyniki w 2020 roku. Wierzę, że nawet gdyby nie nastąpiła pandemia, w 2020 roku nasze wyniki osiągnęłyby poziom zbliżony do benchmarku dla branży. Nasze ambicje zawsze były duże, teraz zaś wzrosły w porównaniu z tymi sprzed pandemii; ponadto znacząco skróciła się perspektywa realizacji zarówno tych wcześniejszych, jak i nowych. Inaczej zarządza się firmą, dysponując kapitałami własnymi na poziomie np. 130 milionów złotych, a inaczej mając wielokrotność takiej kwoty. Wiemy o tym i wykorzystamy to mądrze, sprawnie i ostrożnie.

W 2021 roku i następnych latach zamierzamy rozwinąć się maksymalnie, biorąc pod uwagę nasze możliwości biznesowe, we wszystkich kierunkach, które obraliśmy wcześniej, a także wyznaczyć nowe.

Rozwiniemy naszą dystrybucję w Europie Środkowo-Wschodniej i Zachodniej oraz w wybranych miejscach poza kontynentem. Wprowadzimy nowy asortyment, segmenty rynkowe i sposoby sprzedaży. W 2021 roku w Mercator Medical Thailand opracujemy plany i przygotujemy się do budowy następnych fabryk, a także oddamy do użytku pierwsze linie produkcyjne w trzeciej fabryce. Inwestycje w produkcję będziemy czynić tylko w niedużym stopniu intensywniej, niż gdyby pandemia i jej konsekwencje nie miały miejsca, to jest z nieco większym rozmachem w porównaniu do tego, jak byśmy je realizowali w sytuacji normalnej – o ile w biznesie taka w ogóle występuje. W dystrybucji będziemy natomiast działać ze znacznie większym rozmachem, niżby to miało miejsce w innych warunkach.

Wszystko to przyjdzie nam realizować w środowisku jeszcze bardziej konkurencyjnym niż przed pandemią, gdyż nie tylko my nadzwyczajnie się wzmocniliśmy, ale stało się to także z naszymi konkurentami. W 2021 roku z dużym prawdopodobieństwem zdecydujemy się na rozwój nowego biznesu i poczynimy pierwsze kroki w celu jego stworzenia. Biznes ten oczywiście będzie wyrastać z dotychczasowego potencjału – w tym kompetencji, finansów i wizerunku – Mercatora. Będzie on tworzył synergiczną całość z naszym obecnym biznesem, aczkolwiek powinien zarazem otwierać nowe możliwości – zwłaszcza w zakresie innowacyjności i skalowalności.

Jesteśmy w pełni świadomi, że nasze produkty, jakkolwiek ewidentnie konieczne i użyteczne, ze swojej natury obciążają środowisko naturalne. Dlatego w naszych zakładach produkcyjnych nie tylko ciągle inwestujemy w technologie energooszczędne, umożliwiające odnawianie zasobów, które zużywamy, jak woda, energia elektryczna i ciepła. Rozpoczęliśmy również bezpośrednio dotowanie projektów ochrony środowiska – zaangażowaliśmy się między innymi w finansowanie działań Fundacji Dziedzictwo Przyrodnicze. Rozpoczęliśmy również pracę nad własną niekomercyjną inicjatywą, która będzie związana z naszą misją ochrony przed patogenami; poinformujemy o niej, gdy nabierze odpowiednich kształtów. Od kilku lat wspieramy także rozwój trialu motocyklowego, jako dziedziny łączącej dwa – wydawałoby się – sprzeczne zagadnienia: sport motorowy i ochronę środowiska naturalnego, w którym jest on uprawiany. W ramach działalności CSR wspieraliśmy i wspieramy produktami z naszej oferty podmioty związane ze służbą zdrowia, walczące z rozprzestrzenianiem pandemii koronawirusa. Przekazaliśmy już przykładowo ponad 1,6 mln rękawic diagnostycznych oraz 50 tys. maseczek ochronnych.

Zdaję sobie sprawę, że dla akcjonariuszy mniejszościowych Mercatora najważniejszy jest jednak kurs akcji spółki. W trakcie ostatnich 18 miesięcy od swojego minimum do maksimum zanotował on ponad stukrotny wzrost, co stanowi rekordowy wynik i pozwoliło wielu osobom oraz instytucjom znacząco zarobić. Stało się tak głównie z powodu dynamicznego wzrostu wyników naszej firmy. Poprawę wyników obserwowano w całej naszej branży, choć my zanotowaliśmy jeden z największych skoków w porównaniu z innymi notowanymi konkurentami. Zazwyczaj po takich ekstremalnych wzrostach kursu akcji następują spadki – i to miało miejsce także w naszym przypadku. Kurs akcji to jednak nie wszystko. W 2021 roku i w następnych latach zamierzamy przekazać akcjonariuszom dużą część wypracowanych zysków – w rekomendacji dotyczącej podziału zysku za rok 2020 proponujemy Walnemu Zgromadzeniu przeznaczenie całego zysku jednostkowego Mercator Medical S.A. (około 1/3 zysku skonsolidowanego Grupy) na skup akcji własnych w przedziale 400 – 770 złotych, w ramach zaproszenia zaadresowanego do wszystkich akcjonariuszy Spółki. Ostateczną decyzję w tej sprawie podejmie oczywiście Walne Zgromadzenie. Środki zarobione w 2020 roku i latach następnych przez Grupę w większości pozostaną jednak w firmie. Zainwestujemy najlepiej, jak będziemy w stanie, o czym wspomniałem wcześniej. Mercatora traktujemy nadal jako firmę na dorobku i w zasadzie na początku drogi do bycia – cytując klasyka – nie tylko dobrą, ale wielką, dlatego zrobimy jeszcze bardzo dużo, by rozbudować ten biznes w ciągu najbliższych lat.

Jeśli śledzą Państwo informacje na temat Mercatora, na pewno nie umknęła Państwu także wiadomość o awansie naszej spółki do indeksu WIG20. Choć jesteśmy dumni z tego osiągnięcia, traktujemy je jako wyzwanie i zachętę do jeszcze intensywniejszej pracy, nie zaś jako coś, co pozwoli nam osiąść na laurach.

Piszę te słowa, kiedy wciąż borykamy się z pandemią COVID-19 i jej skutkami. Udziela się nam wszystkim większe niż zazwyczaj poczucie niepewności co do przyszłości, dlatego jeszcze pewniejszą ręką róbmy to, na co mamy wpływ i co choć częściowo od nas zależy.

dr Wiesław Żyznowski

Prezes Zarządu i akcjonariusz większościowy Mercator Medical S.A.