

Szanowni Akcjonariusze, Szanowni Państwo,

Zapraszam do zapoznania się z kolejnym, czwartym już newsletterem na temat działalności spółki Nepentes S.A.

Wiadomość z ostatniej chwili. Miło nam poinformować o zawarciu ważnej umowy z firmą Combe International Limited na wyłączną dystrybucję na terenie Polski linii preparatów do higieny intymnej pod marką Vagisil Intima.

Ponadto, w tym numerze newslettera chcemy zwrócić uwagę na bardzo dobre wyniki finansowe spółki Nepentes wypracowane w pierwszym kwartale 2009 roku oraz jego najważniejsze wydarzenia.

Cieszę się, że mogę przekazać informację o uzyskaniu rekordowej, kwartalnej sprzedaży w wysokości 31,8 mln zł i wypracowaniu zysku netto 5,6 mln zł. Warto też podkreślić przekroczenie planów sprzedaży i trwałe osiągnięcie dodatniej rentowności operacyjnej i netto spółek zależnych w Rumunii i Bułgarii. Nepentes pomimo trudnych warunków ekonomicznych wypracowuje zyski i jest w stanie z sukcesem prowadzić ekspansję na nowych rynkach.

Systematycznie wprowadzamy nowe produkty w obszarze dermokosmetyków na rynkach polskim i zagranicznych. W pierwszym kwartale było to 7 produktów w Polsce, 14 w Bułgarii, 7 w Rumunii i 12 na Litwie.

Warto zauważyć, że tendencje na rynku farmaceutycznym są dużo bardziej obiecujące niż w innych sektorach gospodarki. W pierwszym kwartale 2009 utrzymywał się dwucyfrowy wzrost sprzedaży na najważniejszych dla Nepentes rynkach – OTC i dermokosmetyków, a według prognoz IMS, w tym roku cały rynek OTC wzrośnie w Polsce o 9,3%.

Planujemy, że nasza sprzedaż będzie rosła w tym roku nie tylko w związku z rozwojem rynku, ale również ze względu na zwiększenie przychodów z eksportu. Tylko w pierwszym kwartale sprzedaż na rynki zagraniczne wzrosła o 110%.

Ważnym wydarzeniem pierwszego kwartału było podpisanie umowy z rosyjską firmą farmaceutyczną Akrikhin, która będzie prowadzić dystrybucję produktów Nepentes na tamtejszym rynku. Jako pierwsze w aptekach pojawią się produkty z linii Emolium. W Rosji nie ma tak innowacyjnego jak Emolium preparatu na atopowe zapalenie skóry. Planujemy, że nasze produkty będzie można kupić w Rosji już na przełomie trzeciego i czwartego kwartału 2009 roku.

Bardzo dobre wyniki w pierwszym kwartale oraz brak znaczącego spowolnienia na rynku pozwalają nam planować wprowadzenie w 2009 roku 25-30 nowych produktów w obszarze dermokosmetyków. W naszym portfolio już wkrótce znajdą się także zupełnie nowe produkty – leki dermatologiczne na receptę.

Do końca 2009 roku chcemy uruchomić zakład w Chociwii, gdzie po adaptacji i uzyskaniu niezbędnych pozwoleń uruchomimy produkcję leków. Docelowo od 2010 roku cała produkcja dermokosmetyków będzie przeniesiona z Łodzi do fabryki w Chociwii.

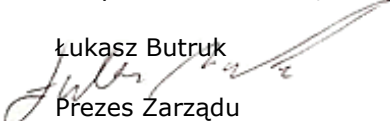
Stale rośnie udział w rynku preparatów Nepentes. Iwostin zajmuje pierwsze miejsce wśród polskich marek dermokosmetycznych, a trzecie na całym rynku dermokosmetyków. Emolium jest na drugiej pozycji na rynku emolientów, a dynamika sprzedaży tej linii produktów jest prawie dwa razy wyższa niż rynku.



Z satysfakcją informujemy także, że Nepentes ponownie okazał się najlepszą firmą na polskim rynku OTC pod względem dynamiki wzrostu sprzedaży produktów własnych, odnotowując wzrost o 55% w 2008 roku.

Wierzymy w dalszy dynamiczny wzrost skali biznesu spółki Nepentes.

Z wyrazami szacunku,

Łukasz Butruk

 Prezes Zarządu

KONTAKT DLA INWESTORÓW

Michał Wierzchowski - CC Group
 tel.: (+48) 22 440 1 440
 kom. (+48) 605 959 539
m.wierzchowski@ccgroup.com.pl

Magdalena Sidorowicz - Nepentes S.A.
magdalena.sidorowicz@nepentes.pl

News

Nepentes rozpocznie sprzedaż preparatów do higieny intymnej

Spółka Nepentes podpisała z firmą Combe International Limited z siedzibą w Wielkiej Brytanii umowę na wyłączną dystrybucję na terenie Polski linii preparatów do higieny intymnej pod marką Vagisil Intima. Umowa obowiązuje od 1 marca 2009 roku, ale dla określenia celów sprzedażowych za pierwszy rok przyjęto okres od 1 listopada 2009 do 31 października 2010. Umowa została zawarta na 5 lat z możliwością przedłużenia o kolejne okresy 3 letnie.

Umowa określa minimalną, sumaryczną wartość zamówień złożonych przez Nepentes w okresie pierwszych 14 miesięcy w wysokości 415 500 Euro.

Preparaty do higieny intymnej będą nowym segmentem w portfolio produktów oferowanych przez Nepentes. Pozycja rynkowa Nepentes zostanie wzmocniona wejściem w nową kategorię terapeutyczną. Udowodniliśmy wysoką skuteczność we wprowadzaniu na rynek nowych i innowacyjnych preparatów. Nasze produkty OTC i dermokosmetyki mają silną pozycję rynkową w kategoriach: przeziębienie, dermatologia i pediatria. Teraz wchodzimy w segment preparatów do higieny intymnej, który idealnie wpisuje się w nasz model biznesu i jest bardzo dynamicznie rosnącym rynkiem. – mówi prezes zarządu Łukasz Butruk.

Według danych IMS, w 2008 roku rynek produktów do higieny intymnej w Polsce był wart ponad 8,5 mln zł i wzrósł rok do roku o prawie 35%. Tylko w pierwszym kwartale tego roku dynamika wzrostu sprzedaży preparatów do higieny intymnej wyniosła ponad 12%. Nepentes będzie oferował na krajowym rynku trzy produkty linii preparatów Vagisil Intima: płyn do higieny intymnej, krem łagodzący świąd i chusteczki do higieny intymnej. Oprócz funkcji pielęgnacyjnej, stosowanie tych produktów pomaga w rozwiązywaniu problemów terapeutycznych związanych z higieną intymnych części ciała. Znajdująca się w składzie tych preparatów aktywna substancja łagodzi podrażnienia i świąd.

Wyniki finansowe

W pierwszym kwartale 2009 roku przychody ze sprzedaży spółki Nepentes wyniosły 31,8 mln zł i były wyższe o ponad 20% od wypracowanych w pierwszym kwartale roku 2008. Zysk operacyjny zwiększył się do 6 mln zł, a zysk netto wzrósł o prawie 15% do 5,6 mln zł. Wyniki są jeszcze lepsze, gdy sprowadzimy je do warunków porównywalnych z pierwszym kwartałem 2008. Po korekcie o kwotę 0,5 mln zł z tytułu kosztów utrzymania w pierwszym kwartale 2009 zakładu produkcyjnego w Chociwii i uwzględnieniu dodatniego wyniku na forwardach, zysk operacyjny jest o 14% wyższy względem raportowanego, a zysk netto po korekcie na koniec kwartału wzrósł o ponad 22% rok do roku.

Marża bezpośrednia na sprzedaży wyniosła 53,3%, a rentowność netto 17,5%.

Wybrane skonsolidowane dane finansowe

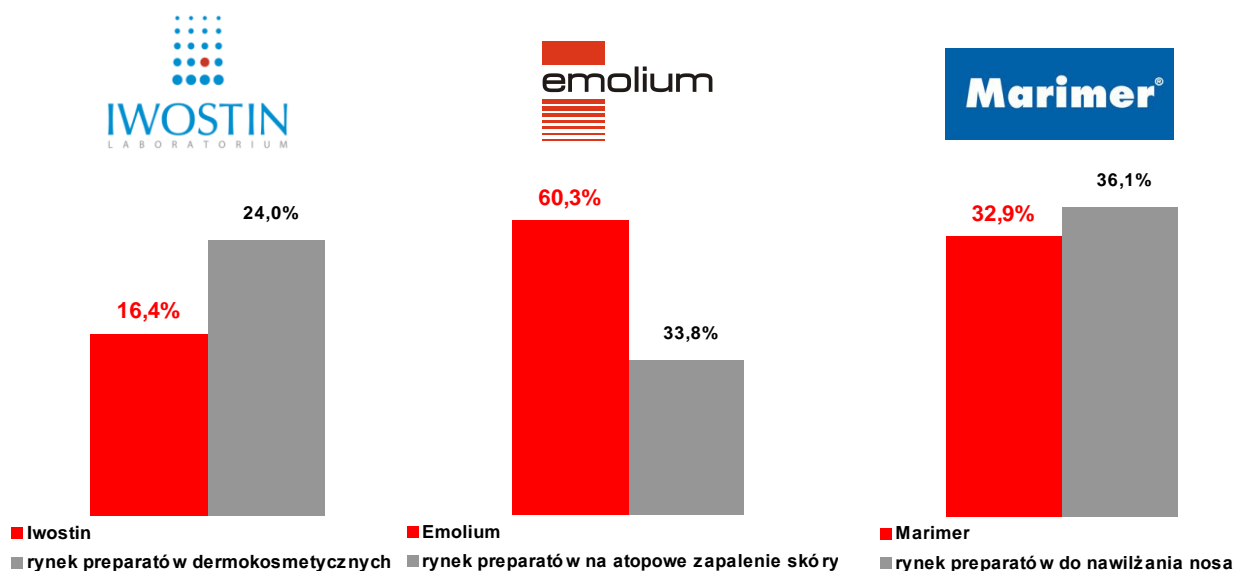
w tys. PLN	1Q 2008	1Q 2009 (raportowane)	Zmiana	1Q 2009 (war. porównywalne)	Zmiana
sprzedaż	26 338	31 811	+20,8%	31 811	+20,8%
zysk operacyjny	5 962	6 016	+0,9%	6 834	+14,6%
zysk netto akcjonariuszy większościowych	4 847	5 569	+14,9%	5 956	+22,8%

Dane rynkowe

Rynek OTC i dermokosmetyków w Polsce rośnie dynamicznie. Według danych IMS w pierwszym kwartale 2009 rynek OTC wzrósł o 15%, a rynek dermokosmetyków o 24% w stosunku do pierwszego kwartału 2008 roku. Prognozy wskazują na wzrost rynku OTC w 2009 roku o ponad 9%.

W pierwszym kwartale 2009 produkty z portfolio Nepentes odnotowały wzrosty sprzedaży – linia Iwostin o ponad 16%, Emolium o 60%, Propodia 270%, Marimer o 33%, a Erazaban o 47%.

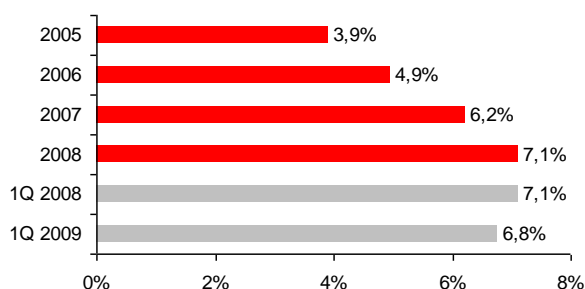
Dynamika sprzedaży preparatów Nepentes na tle wzrostu kategorii rynkowych w 1Q 2009 vs 1Q 2008



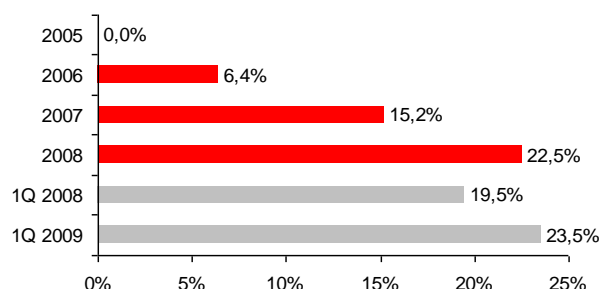
Pozycja kluczowych produktów w pierwszym kwartale 2009:

- Iwostin – trzecie miejsce na rynku dermokosmetyków, pierwsza marka wśród polskich marek dermokosmetycznych
- Emolium – druga pozycja na rynku emolientów
- Marimer – druga pozycja na rynku preparatów do nawilżania i oczyszczania nosa
- Marimer Spray Hipertoniczny – wzrost sprzedaży o 60% ponad rynek
- Marimer Spray Izotoniczny – wzrost na poziomie 31%, druga pod względem wielkości marka na rynku roztworów soli morskiej
- neo-angin – wzrost udziałów wartościowych w sprzedaży aptecznej do 8,3% w 1Q 2009 vs. 7,8% w 1Q 2008

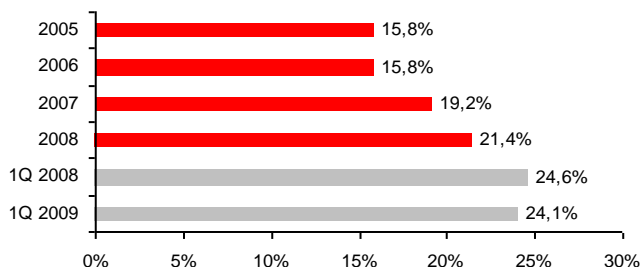
Udział Iwostin w rynku dermokosmetyków, wart.



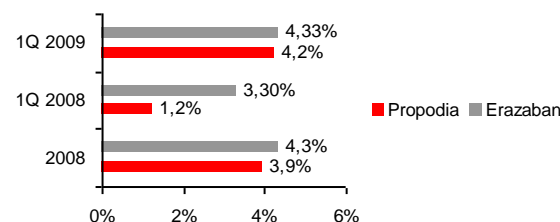
Udział Emolium w rynku, wart.



Udział Marimer w rynku preparatów do nawilżania nosa, wart.



Udziały rynkowe Propodia i Erazaban, wart.



Spadek udziałów Iwostin i Marimer w 1Q 2009 wynika z mniejszych niż u konkurencji podwyżek cen!

Źródło: Spółka na podstawie danych IMS

Nowości rynkowe

Nowe produkty wprowadzone do sprzedaży krajowej w pierwszym kwartale 2009:

- trzy nowe produkty linii Iwostin Solecrin: wodoodporne emulsje ochronne, sucha oliwka w sprayu
- jeden produkt linii Iwostin Aspiria: trójaktywny antyperspirant w sprayu
- jeden produkt linii Emolium: emulsja na suchą skórę głowy
- dwa produkty sublinii Emolium P: trójaktywny krem i trójaktywna emulsja do kąpieli



Przewagą konkurencyjną preparatów oferowanych przez Nepentes jest ich innowacyjność i korzystny stosunek wartości do ceny tzw. value for money, a także to, że jesteśmy w stanie szybciej niż inni reagować na pojawiające się mody i trendy.

Ponadto rozpoczęliśmy współpracę z merchandiserami, którzy będą odpowiedzialni za budowanie widoczności marek w najlepszych aptekach. Tego rodzaju zaangażowanie w merchandising jest rzadkością w segmencie produktów OTC i ma za zadanie pomóc w pełnym wykorzystaniu potencjału sprzedażowego marek Nepentes. Jako pierwsze z programu skorzystały marki neo-angin, Erazaban, Selsun Blue oraz Marimer.

Nagrody

W pierwszym kwartale 2009 nasze produkty otrzymały dwie nagrody od miesięcznika „Świat Farmacji”:

- **Iwostin** został „Produktem Roku 2009” w kategorii „Kosmetyki apteczne – serie dla dorosłych”
- **Sudocrem** otrzymał tytuł „Produktu Roku 2009” w kategorii „Kosmetyki pielęgnacyjne dla niemowląt i dzieci”



Eksport

Sukcesem operacyjnym są bardzo dobre wyniki osiągnięte w pierwszym kwartale 2009 roku przez spółki zależne w Rumunii i Bułgarii, gdzie przekroczyliśmy plany sprzedaży i osiągnęliśmy dodatnią rentowność operacyjną i netto. Ogółem przychody ze sprzedaży eksportowej w pierwszym kwartale 2009 roku wyniosły 4,6 mln zł wobec 2,2 mln w tym samym okresie rok wcześniej. Sprzedaż na rynku rumuńskim po pierwszym kwartale tego roku wyniosła 0,8 mln zł, a na rynku bułgarskim blisko 0,6 mln zł, i na obu rynkach był to wzrost o kilkaset procent w porównaniu do tego samego kwartału w ubiegłym roku.

Planujemy w 2009 roku zwiększać przychody z eksportu. Bardzo perspektywiczne są rynki produktów OTC w Bułgarii i Rumunii, gdzie wzrost w ostatnich trzech latach wyniósł odpowiednio blisko 20% i 30%, wobec wzrostu rynku OTC w krajach zachodnioeuropejskich na poziomie 7%.

W związku z planami dalszej ekspansji na nowe rynki w pierwszym kwartale 2009 podpisaliśmy 10-letnią umowę z firmą Akrikhin na dystrybucję

dermokosmetyków Nepentes w Rosji. Jest ona bardzo korzystna, ponieważ wzajemne rozliczenia będą prowadzone w polskich złotych, a to pozwala zaoferować stabilną cenę dla pacjenta i jednocześnie zmniejsza ryzyko kursowe. Ponadto koszty związane z marketingiem będzie ponosił nasz rosyjski partner. W tej chwili trwa procedura rejestracyjna. Rozpoczęcie sprzedaży linii Emolium planowane jest w drugiej połowie 2009 roku. Zgodnie z planem minimalnym sprzedaż w Rosji w 2009 roku ma wynieść około 600 tys. zł.

Rynek preparatów OTC w Rosji rośnie 20-30% rocznie i jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się rynków w Europie. W porównaniu do polskiego rynku OTC jest blisko trzykrotnie większy.

Wartość i dynamika sprzedaży eksportowej na głównych rynkach /w mln zł/

