

**Data sporządzenia:** 31.01.2017

**Skrócona nazwa Emitenta:** SYNEKTIK S.A.

**Raport bieżący:** 3/2017 ESPI

**Temat:** **Strategia rozwoju Grupy Synektik 2017-2021**

**Podstawa prawna:** Art. 17 ust. 1 MAR – informacje poufne

### **Treść raportu:**

Godz. publikacji: 08:46

Zarząd Spółki Synektik S.A. („Spółka”) informuje, że podjął uchwałę o wprowadzeniu „Strategii Grupy Kapitałowej Synektik na lata 2017-2021” (zwana dalej „Strategia”).

Zgodnie z przyjętym dokumentem, Strategia zakłada w najbliższych latach wykorzystanie zdobytych przez Grupę szerokich kompetencji oraz dostępu do inteligentnych, innowacyjnych technologii medycznych. Plany rozwoju Synektik opierają się na koncentracji na trzech kluczowych, charakteryzujących się największym potencjałem komercyjnym dziedzinach medycznych: onkologii, kardiologii i neurologii; a także utrzymaniu silnej pozycji na rynku rozwiązań dla radiologii. Jednocześnie Synektik planuje rozszerzyć pole działalności z obszaru diagnostyki na obszar terapii, w którym koncentrują się największe wydatki z zakresu ochrony zdrowia. Równolegle Grupa będzie rozwijała dotychczasowe i opracowywała nowe rozwiązania informatyczne w ramach platformy „Evolution” agregującej szerokie spektrum danych medycznych oraz umożliwiającej dostęp zarówno pracownikom jednostek medycznych, jak i pacjentom. Platforma „Evolution” będzie stanowiła dla klientów Synektik istotną wartość dodaną dla oferty urządzeń medycznych.

Realizacja Strategii ma na celu:

1. Umocnienie Grupy Synektik na pozycji lidera polskiego rynku dystrybucji urządzeń diagnostycznych oraz produkcji radiofarmaceutyków.
2. Istotne zwiększenie zasięgu geograficznego działalności na wszystkich polach – od krajowego (dystrybucja urządzeń diagnostycznych i do terapii), przez regionalne (produkcja radiofarmaceutyków) i obejmujące całą Europę (systemy IT oraz usługi), po globalne (innowacyjny kardioznacznik).
3. Uruchomienie całkiem nowych strumieni przychodów, z których na szczególną uwagę zasługują:

- 3.1. Współpraca z nowymi grupami odbiorców, jakimi są oddziały onkologiczne, kardiologiczne i neurologiczne w krajowych jednostkach medycznych.
- 3.2. Komerccjalizacja innowacyjnego kardioznacznika.

Wdrożenie założeń ma doprowadzić do zwiększenia efektywności zaangażowanego kapitału oraz istotnego wzrostu wartości Spółki (szczegóły w dalszej części dokumentu).

Podstawą do stworzenia Strategii była analiza globalnych, regionalnych oraz krajowych trendów na rynku ochrony zdrowia, a także globalnych prognoz dla poszczególnych dziedzin medycyny i obszarów biznesowych.

Najważniejsze zewnętrzne (rynkowe) uwarunkowania determinujące przyjętą Strategię to:

1. Oczekiwana kontynuacja trendu wzrostu wydatków na ochronę zdrowia, zarówno na świecie, jak i – w szczególności – w Europie Środkowo-Wschodniej oraz bezpośrednio w Polsce. Kraje Europy Środkowo-Wschodniej – w tym Polska – nadal przeznaczają istotnie mniej środków na ochronę zdrowia niż stare kraje Unii Europejskiej, czy tym bardziej Stany Zjednoczone. Trendy wskazują, że dynamika wydatków w regionie będzie wyższa niż w państwach bardziej rozwiniętych. Wzrost wydatków będzie napędzany przede wszystkim przez zjawiska demograficzne (starzejące się społeczeństwo), rynkowe (wzrost kosztów procedur medycznych) oraz społeczne („prozdrowotny” tryb życia).
2. Największe wydatki na ochronę zdrowia dotyczą obszaru szeroko pojętej terapii.
3. Choroby serca i układu krążenia, nowotwory oraz choroby układu nerwowego pozostają głównymi przyczynami zgonów w rozwiniętych gospodarkach na całym świecie, w tym w państwach Unii Europejskiej oraz Stanach Zjednoczonych.
4. Wg niezależnych analiz dynamika wzrostu wydatków na radiofarmaceutyki będzie się utrzymywała na dwucyfrowym poziomie co najmniej do 2030 r. Wśród głównych czynników wzrostu rynku produktów radiofarmaceutycznych należy wymienić przede wszystkim skuteczność ich wykorzystania do wczesnego diagnozowania pozostających jedną z głównych przyczyn zgonów na świecie chorób nowotworowych oraz oczekiwane opracowanie nowych produktów znajdujących zastosowanie w obszarze terapii.
5. Na całym świecie istnieje duże zapotrzebowanie na nowe radiofarmaceutyki do diagnozowania chorób układu sercowo-naczyniowego, pozostających główną przyczyną zgonów na świecie. Największym rynkiem badań izotopowych w zakresie chorób serca są Stany Zjednoczone
6. Dostęp do nowoczesnych świadczeń medycznych w państwach Europy Środkowo-Wschodniej jest na istotnie niższym poziomie niż w przypadku państw starej Unii.
7. Finansowanie dla obszaru ochrony zdrowia w Polsce w ramach perspektywy unijnej na lata 2014-2020 wynieść ma 12 mld zł w porównaniu do 4,5 mld zł w perspektywie 2007-2013.
8. Wprowadzenie od 1 stycznia 2017 r. zróżnicowanych wycen procedur medycznych z wykorzystaniem radiofarmaceutyków dla produktów standardowych oraz specjalnych. Zróżnicowanie wycen zwiększy w ocenie Zarządu Synektik liczbę wykonywanych badań, szczególnie z wykorzystaniem radiofarmaceutyków specjalnych, w przypadku których Spółka jest jedynym w Polsce producentem z dostępem do otwartego rynku.
9. Jednym z najszybciej rosnących obszarów w medycynie są i będą w najbliższych latach zaawansowane systemy informatyczne zapewniające dostęp do zintegrowanych danych medycznych w ramach komunikacji mobilnych.

Najważniejsze wewnętrzne czynniki wzrostu opisane w Strategii:

1. Identyfikacja oraz dotarcie z kompleksową ofertą urządzeń i produktów do całkiem nowych grup odbiorców – z obszarów: onkologii, kardiologii i neurologii.
2. Zwiększenie sprzedaży wysokomarżowych produktów radiofarmaceutycznych, do których zalicza się zarówno obecnie produkowane, jak i dopiero rozwijane produkty. Jednym z czynników wzrostu segmentu będzie również wejście w obszar produktów służących do terapii. Docelowo planowane jest zwiększenie udziału wysokomarżowych radiofarmaceutyków specjalnych w przychodach segmentu produkcji radiofarmaceutyków do ok. 50 proc.
3. Znacząca dywersyfikacja dostawców oferowanego sprzętu medycznego oraz poszerzenie portfolio produktów o urządzenia służące do terapii. Decyzja Synektik o zakończeniu współpracy na zasadach wyłączności z marką Siemens pozwoliła nawiązać relacje biznesowe z kilkunastoma innymi firmami, dzięki czemu istotnie poszerzyła się oferta firmy, również o urządzenia stosowane do terapii.
4. Komerccjalizacja – rozumiana jako pozyskanie branżowego partnera – po zakończeniu trwającej obecnie drugiej fazy badań klinicznych, innowacyjnego w skali światowej kardioznacznika służącego do diagnozowania choroby wieńcowej. Przyszłe strumienie z umowy partneringowej będą obejmowały płatność jednorazową, zapłatę za osiągnięcie tzw. kamieni milowych oraz tantiemy ze sprzedaży. Przyjęte na potrzeby Strategii założenia rynkowe i finansowe związane z komercjalizacją projektu – sformułowane na podstawie podobnych transakcji oraz ogólnodostępnych danych rynkowych.
5. Stworzenie kompleksowej oferty realizacji „pod klucz” rozwiązań hybrydowych, np. sal operacyjnych takich jak zrealizowana na Oddziale Neurochirurgii w warszawskim Szpitalu Bródnowskim.

Ambicją Zarządu Spółki w związku z wdrożeniem Strategii jest:

1. Osiągnięcie średniorocznego wzrostu przychodów w latach 2017-2021 na poziomie 30-40 proc.
2. Zmiana struktury przychodów tak, aby w 2021 r. sprzedaż z obszaru onkologii, kardiologii i neurologii stanowiła około 90 proc. w strukturze przychodów.
3. Zwiększenie udziału eksportu w przychodach Grupy z 2 proc. w roku 2016 do 40-50 proc. na koniec roku obrotowego 2020/2021.
4. Trzy-czterokrotne zwiększenie marży EBITDA na koniec roku obrotowego 2020/2021 względem średniej marży EBITDA w latach 2014-2016 kształtującej się na poziomie 8 proc.

Realizacja Strategii obciążona jest ryzykami zewnętrznymi, wśród których przede wszystkim należy wymienić:

1. Zmniejszenie wartości wydatków (publicznych i prywatnych) na rynku ochrony zdrowia.
2. Niekorzystną zmianę zasad finansowania procedur medycznych.
3. Ograniczenie dostępnych środków unijnych i skuteczności ich wykorzystania w ramach perspektywy unijnej na lata 2014-2020.
4. Pojawienie się nowych, alternatywnych technologii medycznych i konkurencyjnych rozwiązań w zakresie opracowanych produktów
5. Zmianę regulacji prawnych dotyczących wyrobów medycznych (m.in. zmiana preferencyjnej stawki VAT na wyroby medyczne) i/lub zasad wytwarzania radiofarmaceutyków.

**Osoby reprezentujące  
Emitenta:**  
Cezary Kozanecki –  
Prezes Zarządu