

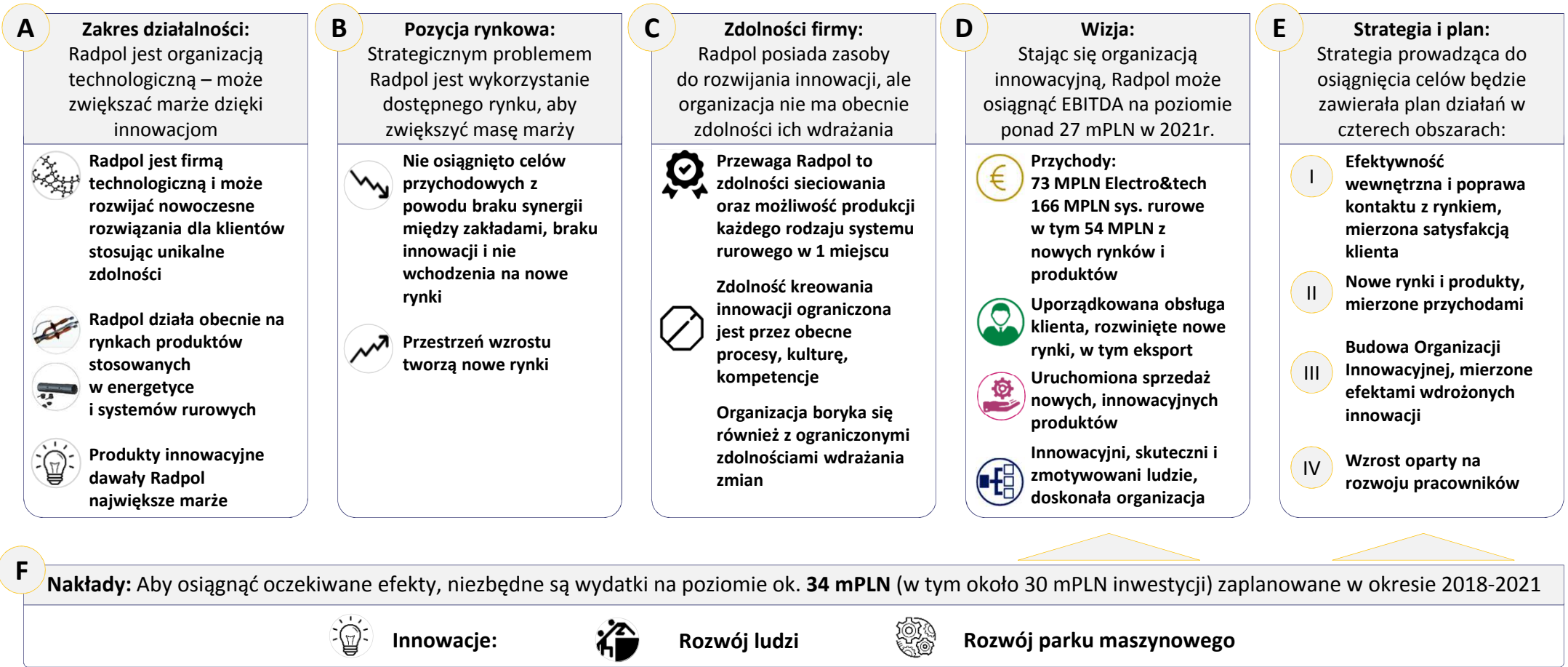


STRATEGIA RADPOL S.A.

2018-2021

Radpol dostarcza produkty budujące wartość w różnych branżach (obecnie energetyka i ciepłownictwo) ale żeby osiągnąć w 2021 roku oczekiwane wyniki musi wrócić na ścieżkę innowacyjności oraz wejść na nowe rynki

Radpol – podsumowanie problemu strategicznego i strategii, która go rozwiąże



Radpol jest firmą technologiczną i może rozwijać nowoczesne rozwiązania dla klientów stosując unikalne zdolności (m.in. sieciowanie elektronowe)

WPROWADZENIE – zakres działalności Radpol i charakterystyka sieciowania

Obszary działalności

Produkty sieciowane elektronowo

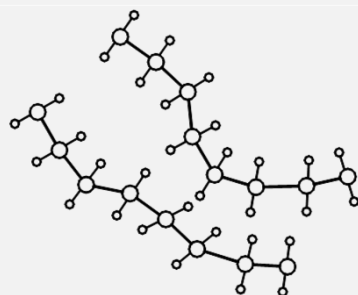
Produkcja sprzętu do energetyki

Produkcja systemów rurowych

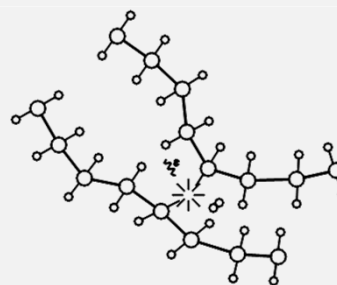
Handel sprzętem do energetyki

Sieciowanie to proces prowadzący do powstania trójwymiarowej sieci nadcząsteczkowej, mostków między cząsteczkami chemicznymi.

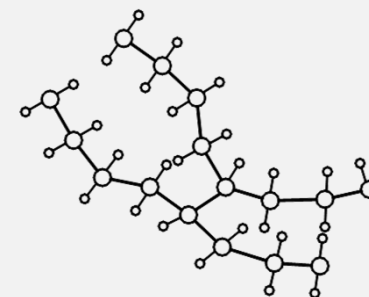
Etap I – Polimery przed usieciowaniem



Etap II – Rozpoczęcie procesu sieciowania w wyniku bombardowania polimerów elektronami lub działania substancji chemicznych



Etap III – Usieciowane polimery



Właściwości usieciowanego materiału umożliwiają innowacyjne zastosowania, zmniejszając koszty produkcji dla naszych klientów:

Odporność na wysoką temperaturę

Pamięć kształtu

Odporność na czynniki atmosferyczne

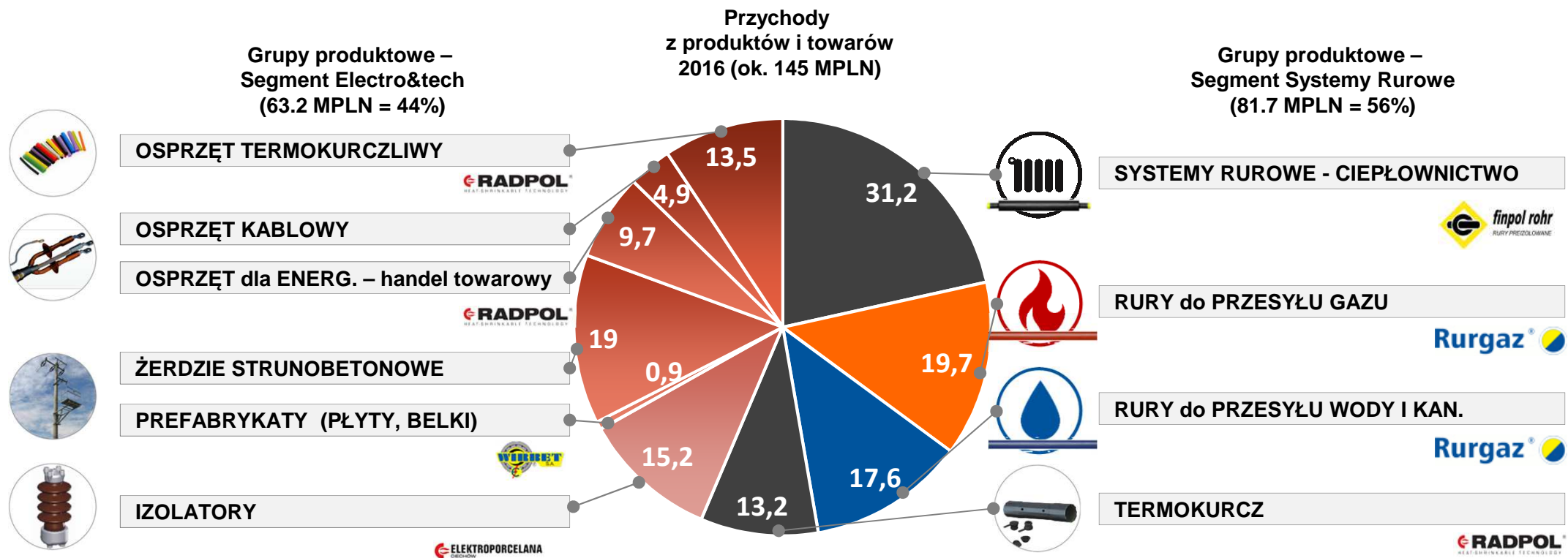
Odporność na topnienie

Odporność na działanie rozpuszczalników

Sterylizacja (efekt uboczny)

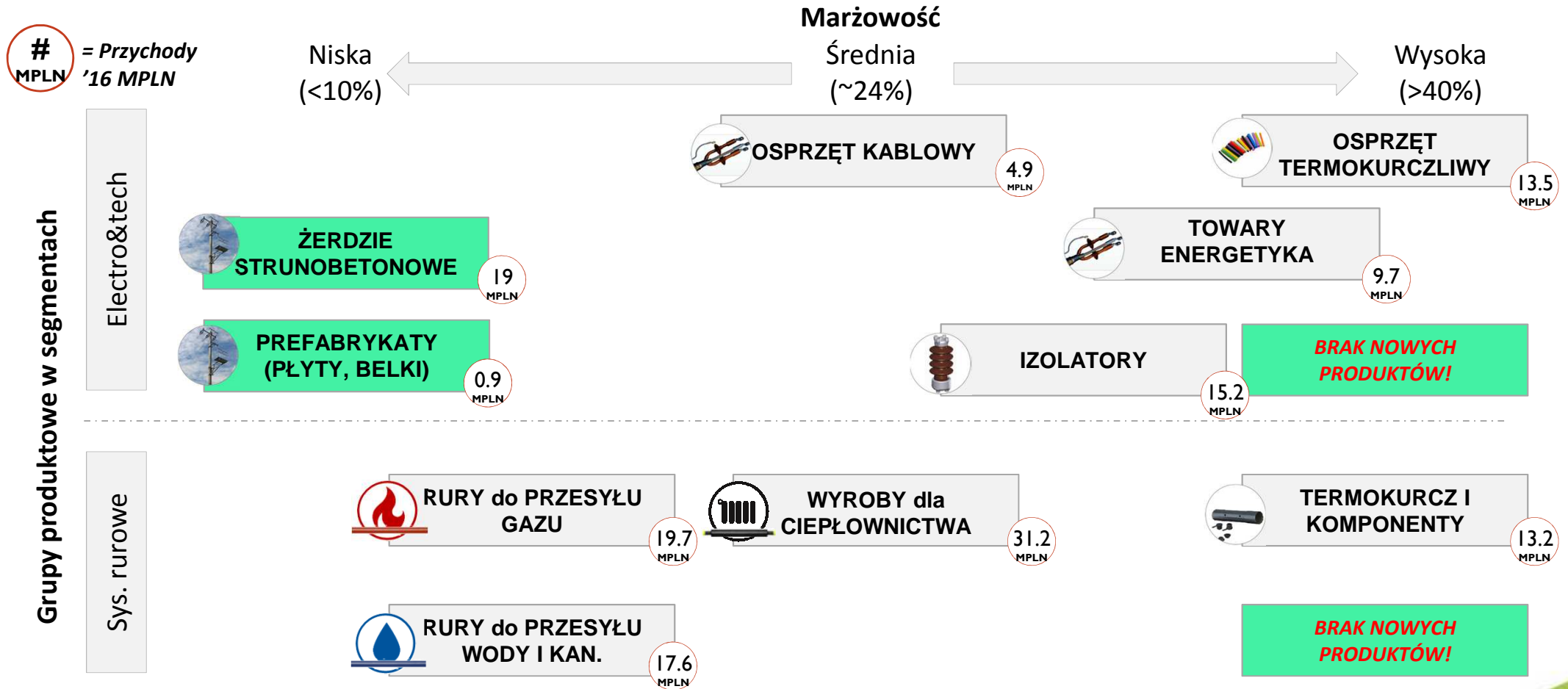
**Obecnie, Radpol generuje przychody w dwóch segmentach produktowych:
Systemy rurowe (56%) oraz Electro&tech (44%)**

Lista segmentów produktowych Radpol i generowane przez nie przychody



Radpol działa na konkurencyjnych rynkach, ale poszukiwanie unikalnych rozwiązań jest dla Spółki sposobem na osiągnięcie wysokich marż

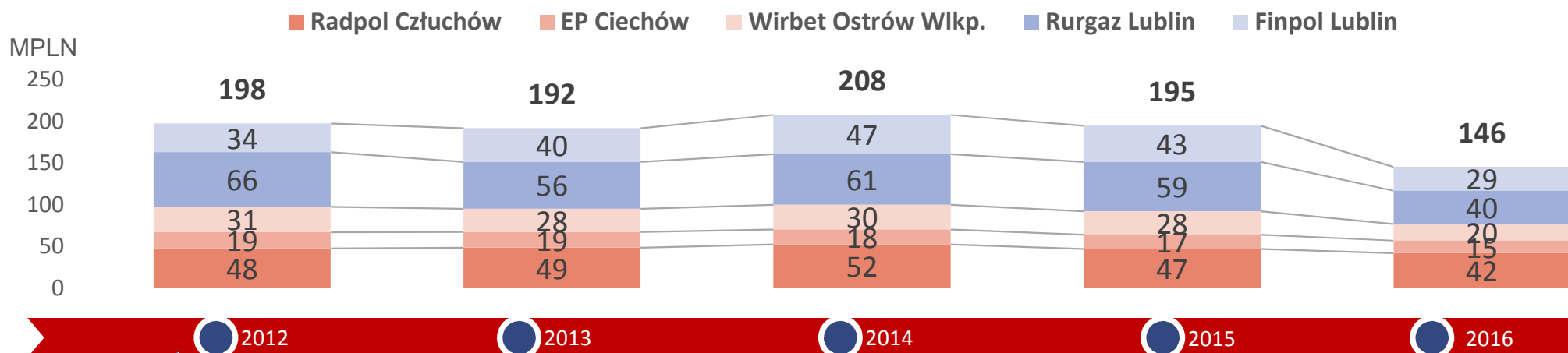
Analiza przychodów i marżowości w portfelu produktów obu dywizji Radpol



Planowany jest przegląd opcji strategicznych dla obszarów o najniższej rentowności

W ciągu ostatnich pięciu lat Spółka nie tylko nie osiągnęła planowanego wzrostu, ale również przestała rozwijać nowe rynki i produkty

Przychody netto ze sprzedaży Radpol w podziale na zakłady produkcyjne



Przyczyny

- Brak rozwoju kanałów sprzedaży od 2012 roku
- Przejęcie Wirbet i EP funkcjonujących na ograniczonych rynkach, bez istotnych efektów synergii, z dużą presją konkurencyjną

- Niewielka liczba wdrożeń nowych produktów i innowacji od 2013
- Niezdolność organizacji do wdrażania istotnych nowych grup produktów

- Niewielki wzrost na nowych rynkach (dopiero od 2015 organiczny rozwój eksportu)

- Integracja z Wirbet i Rurgaz, nieosiągnięcie zakładanych efektów synergii między zakładami
- Od 2015 roku nastąpił spadek przychodów i rentowności we wszystkich kategoriach produktowych

- Presja na ceny, wzrost konkurencyjności
- Spadek wydatków inwestycyjnych w infrastrukturze - rury i ciepłownictwo
- Zysk na sprzedaży spadł z około 24% w 2014 roku do 21% w 2015 i 17% w 2016

W obszarze Electro&tech Radpol może rozwijać się poszukując innowacyjnych produktów i nowych branż

Podsumowanie analiz rynków klienckich (1/2) – Segment Electro&tech

Za- sięg	Grupa Klientów	Potencjał Przychodowy
OBECNI	DYSTRYBUTORZY – PL	>450 MPLN
	DYSTRYBUTORZY – EX (DE, FR, SL, CZ, AE)	>1 000 MPLN
	Grupy Energetyczne – Polska	>200 MPLN
	WYKONAWCY, INSTALATORZY	>200 MPLN
BLISCY	OEM – urz. elektryczne (AGD, oświetlenie, producenci urządzeń - PL)	>1 000 MPLN
	Sektor Automotive - PL	
	OEM – Eksport	>2 000 MPLN
	Grupy Energetyczne – EX	b.d.
ODLEGLI	Sektor MEDYCZNY i SPOŻYWCZY (usługi sieciowania i sterylizacji)	b.d.
	Przemysł (Obronny, Aerospace, Automotive – EX, Budownictwo)	b.d.

Charakterystyka rynku:

- Nasi obecni klienci działają w segmencie infrastruktury (utilities)
- Sprzedajemy przez dystrybutorów jak i bezpośrednio
- Do tej pory skupialiśmy się na rynku polskim
- Dla klientów ważna jest cena, ale też coraz częściej szybkość, jakość i obsługa klienta odgrywa istotną rolę
- Widzimy obszary do tej pory nieeksplorowane (eksport, nowe branże, handel towarowy)

Istotne trendy:

- Obecnie i w najbliższych latach przewidywane są inwestycje w modernizację infrastruktury
- Inwestycje w moce wytwórcze w energetyce
- Rozwój mikroźródeł wytwarzania energii i nastawienie na samobilansowanie
- Wzrost wydatków na polski sprzęt wojskowy
- Niestabilność cenowa surowców
- Rozwój elektromobilności, samochodów autonomicznych
- Rozwój inteligentnych sieci energetycznych
- Rozwój "smart homes"

W obszarze systemy rurowe Radpol może wykorzystać bieżący okres finansowania z UE aby rozwinąć zaawansowane technologie

Podsumowanie analiz rynków klienckich (2/2) – Segment Systemy rurowe

Zasięg	Grupa Klientów	Potencjał Przychodowy
OBECNI	WYKONAWCY – WOD/KAN + GAZ	240 MPLN
	DYSTRYBUTORZY - WOD/KAN + GAZ	240 MPLN
	INWESTORZY – CIEPŁO SYSTEMOWE	216MPLN
	PRODUCENCI SYSTEMÓW – CIEPŁO	18 MPLN
	WYKONAWCY – CIEPŁO (~100 firm)	126 MPLN
BLISCY	CIEPŁO ZAGRANICA – (DE, FR, SE, NO, DK, FI, CZ)	>2 300 MPLN
ODLEGLI	PRZEMYSŁ (górnictwo, chemiczny, geotermia, elektrownie – rury wysokociśnieniowe)	brak danych/ b. duży, z dużym prawdopodob. >500 MPLN

Charakterystyka rynku:

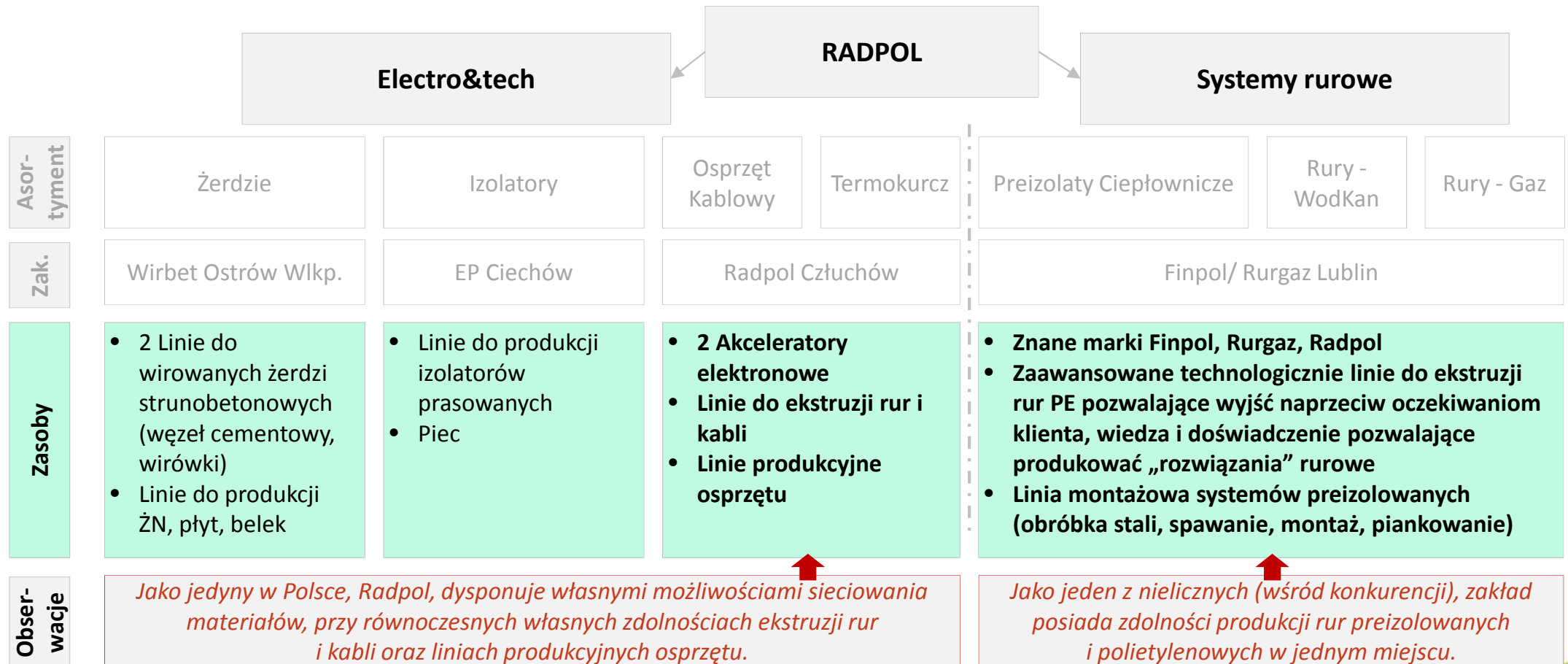
- Rynek ciepłowniczy ograniczony (grupa dostawców i odbiorców), sprzedaż bezpośrednio do klienta w przetargach
- Rynek WKG - sprzedaż przez hurtownie, zarządzanie asortymentem i cenami

Istotne trendy:

- Rosnące wymagania technologiczne
- Rosnąca waga jakości i warunków gwarancji (oprócz ceny) dla produktów
- Niestabilność cenowa surowców
- Rozpowszechnienie nowych form finansowania, np. Partnerstwo Publiczno-Prywatne
- Rozwój geotermii w Polsce
- Rozwój systemów ciepłowniczych na zachodzie Europy
- Rozwój kogeneracji i ograniczanie niskiej emisji

Przewagą Radpol są zdolności sieciowania oraz możliwość produkcji każdego rodzaju systemu rurowego w jednym miejscu

Opis zasobów w posiadaniu dywizji RADPOL



... ale zdolność rozwoju jest ograniczona przez nieefektywne procesy, słaby nacisk na innowacje, słabe ukierunkowanie na potrzeby klienta

Podsumowanie głównych obszarów problemowych w Radpol



Radpol aspiruje do pozycji organizacji innowacyjnej na rynku, osiągniętej dzięki wysokiej jakości obsługi klienta i nastawieniu na rozwój technologii ukierunkowanych na potrzeby klientów

Misja Radpol

WSPÓLNIE Z KLIENTAMI TWORZYMYSY
INNOWACJE TECHNOLOGICZNE
BUDUJĄCE DLA NICH WARTOŚĆ

Inspired by

ENERGY

**Radpol opiera swoją strategię na trzech filarach:
Efektywność wewnętrzna i poprawa kontaktu z klientem,
Nowe rynki i produkty, Budowa Organizacji Innowacyjnej**

Strategia Radpol 2021 - podsumowanie

**Cel: Radpol
organizacją innowacyjną w 2021 roku**

**I. Efektywność
wewnętrzna i poprawa
kontaktu z rynkiem**

Krótkoterminowo:

- Zoptymalizowane zakłady
- Poprawa jakości obsługi klienta
- Efektywne procesy: sprzedaż, realizacja zamówień, logistyka
- Strategiczne rozwiązania dla produktów niskomargowych (wycofanie lub rozwój)
- Kontakt z rynkiem – współpraca z projektantami i decydentami

**II. Nowe rynki i
produkty**

Krótkoterminowo:

- Rozwój eksportu
- Sprzedaż do nowych branż – zastosowania obecnych produktów

Długoterminowo (2019+)

- Rozwój sprzedaży produktów i towarów wysokomargowych
- Nowe produkty na nowe branże

**III. Budowa
Organizacji
Innowacyjnej**

Krótkoterminowo:

- Współpraca z ośrodkami badawczymi, pozyskanie dofinansowania technologii
- Proces i kultura rozwijania i zarządzania innowacjami

Długoterminowo (2019+)

- Wdrożone wysokomargowe produkty innowacyjne
- Obserwacja trendów rynkowych i wybór kierunków

IV. Rozwój kompetencji i zaangażowania pracowników

Strategia Radpol 2021 – wdrażane szybkie usprawnienia

**Cel: Radpol
organizacją innowacyjną w 2021 roku**

I. Efektywność wewnętrzna i poprawa kontaktu z rynkiem

- Trwająca poprawa efektywności procesów w zakładach
- Usprawnienia organizacyjne na wielu szczeblach działalności Spółki
- Analiza opcji strategicznych dla wyrobów niskomarkowych
- Zamiana materiałów/testowanie różnych możliwości wykorzystania różnych surowców
- Komunikacja strategii w Spółce

II. Nowe rynki i produkty

- Rozwój eksportu – wejścia na nowe rynki w krajach, w których do tej pory nie było marki Radpol
- Poprawa jakości obsługi klienta
- Ciągłe poszerzanie oferty w różnych grupach produktowych (z naciskiem na termokurcz)
- Rury do kabli energetycznych
- Produkcja nowych dla Radpol typów rur
- Poszerzanie oferty muf

III. Budowa Organizacji Innowacyjnej

- Przygotowanie wniosków dotyczących wykorzystania możliwości pozyskania dofinansowania na badania i rozwój
- Warsztaty innowacyjności, identyfikacja przyszłych potrzeb klientów na towary innowacyjne

IV. Rozwój kompetencji i zaangażowania pracowników

Programy szkoleń, MBO, system wynagradzania i płac (nowy regulamin pracy i wynagradzania)

... po których rozpoczniemy wdrażanie długoterminowych inicjatyw związanych z doskonaleniem organizacji i obsługą klienta

Strategia Radpol 2021 – inicjatywy rozwojowe

Cel: Radpol organizacją innowacyjną w 2021 roku

I. Efektywność wewnętrzna i poprawa kontaktu z rynkiem

- **Plany usprawnienia zakładów (40 Inicjatyw!)**
- Wdrożenie elementów Lean Management w Zakładach
- Przedefiniowanie zasad zarządzania projektami/ unowocześnienie procesu
- Optymalizacja procesu SCM/ usprawnienie prognozowania i planowania „capacity”/ mocy prod.
- Usprawnienie procesów obsługi klienta
- Optymalizacja i wykorzystanie ERP
- Wdrożenie zasad priorytetyzacji inwestycji

II. Nowe rynki i produkty

- Rozwój działalności handlowej z uwzględnieniem eksportu i importu (trading, sourcing)
- Segmentacja klientów, dopasowanie portfela produktów i procesu obsługi, wdrożenie zarządzania produktem, dopasowanie organizacji sprzedaży do potrzeb klientów
- Nowe zastosowania obecnych produktów (szybko dostępne certyfikacje na nowe rynki)

III. Budowa Organizacji Innowacyjnej

- Przeprowadzenie cyklicznych warsztatów innowacji
- Stworzenie kultury, procesu i rozwój umiejętności innowacji
- Usprawnienie systemów wspierających pracowników

IV. Rozwój kompetencji i zaangażowania pracowników

Uruchomiliśmy oddzielny program “Akcelerator Inicjatyw”, który we współpracy między innymi z instytutami badawczymi pozwoli wdrożyć nowe produkty

Akcelerator Inicjatyw = innowacje produktowe i rynkowe objęte programem

Cel: Radpol organizacją innowacyjną w 2021 roku

I. Efektywność wewnętrzna i poprawa kontaktu z rynkiem

Krótkoterminowe:

- Żerdzie o lepszych parametrach odpornościowych na działanie środowiska
- Obniżenie masy żerdzi strunobetonowych z zachowaniem ich funkcjonalności

II. Nowe rynki i produkty

Krótkoterminowe:

- Nowe produkty termokurczliwe dla branży kolejowej i motoryzacyjnej
- Poprawa jakości obecnych produktów
- Automatyzacja produkcji
- Nowe produkty termokurczliwe
- Produkty dla sektora obronnego
- Mikroźródła prosumenckie
- Nowe sposoby przechowywania i transportu rur z korzyścią w procesach montażowych
- Promocja muf na eksport
- Produkcja rur z nowoczesnych materiałów (pro środowiskowe)

III. Budowa Organizacji Innowacyjnej

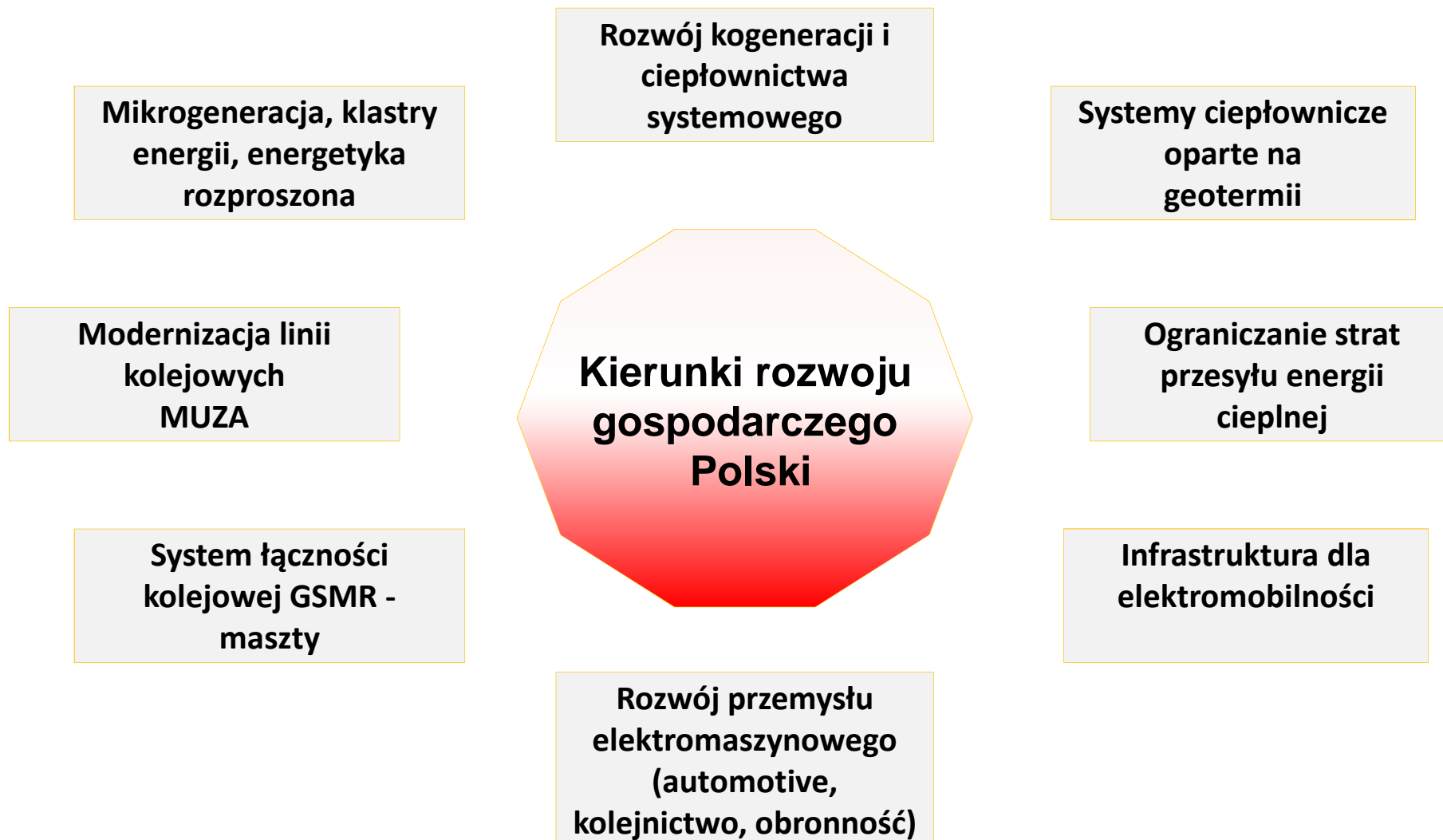
Długoterminowe:

- Nowe wyroby w obydwu segmentach
- Nowe materiały do produkcji obecnych i nowych produktów (optymalizacja wykorzystania surowców)
- Sieciowanie usługowe – analiza możliwości Radpol i zapotrzebowania rynkowego
- System antydyfuzyjny (dokończenie wdrożenia i dalszy rozwój linii)
- Oprzyrządowanie procesów produkcyjnych umożliwiające produkcję bardziej zaawansowanych technologicznie produktów
- Produkcja rur w nowej technologii

IV. Rozwój kompetencji i zaangażowania pracowników

Akcelerator inicjatyw pozwoli nam wdrożyć innowacyjne produkty, ale też znaleźć dla produktów innowacyjne zastosowania....





Realizacja strategii wymaga poniesienia dodatkowych kosztów i nakładów inwestycyjnych....

Wydatki związane z realizacją strategii to ok. 34 MPLN wydatkowane w latach 2018-2021

Inwestycje (około 30 MPLN) obejmować będą m.in. następujące obszary:

- linie do produkcji wyrobów termokurczliwych**
- badania nad nowymi materiałami o unikalnych właściwościach**
- linie do produkcji systemów rurowych o podwyższonych parametrach**
- modernizacja posiadanego przez Spółkę majątku produkcyjnego**
- nowoczesne rozwiązania logistyczne**

Źródła finansowania inwestycji:

- środki wypracowane przez Spółkę w okresie objętym strategią**
- środki pozyskane z emisji akcji serii E**
- dotacje na inwestycje innowacyjne i rozwojowe**

Spółka nie planuje podwyższania kapitału w drodze nowej emisji akcji

Zarząd Radpol już rozpoczął realizację części z przewidywanych inicjatyw strategicznych

Ryzyka i warunki konieczne dla osiągnięcia strategii oraz uruchomione działania

Kluczowe czynniki sukcesu

- Konsekwentna koncentracja na poprawie efektywności
- Zmiana kultury organizacyjnej
- Podjęcie strategicznych decyzji w zakresie obszarów o niskiej rentowności
- Priorytetyzacja i systematyczne realizowanie inicjatyw

Czynniki ryzyka

- Ludzie, niezdolność do motywowania i skupienia pracowników wokół realizacji misji firmy
- Zahamowanie inwestycji w branżach (ciepło, WKG), np. w wyniku zmniejszenia finansowania UE
- Niezdolność organizacji do praktycznego wdrażania innowacji
- Duża liczba inicjatyw, ograniczona zdolność organizacji do ich skutecznego wdrażania/ absorpcji
- Wojna cenowa na rynku
- Gwałtowny wzrost cen surowców (stal, granulat), bez możliwości przełożenia na cenę produktu końcowego

Co już uruchomiliśmy

- Poprawa efektywności w zakładach
- Skupienie na kliencie
- Poprawa jakości
- Organizacja zakupów i logistyki
- Intensyfikacja eksportu
- Udział w programach innowacji i rozwoju



**WSPÓLNIE Z KLIENTAMI
TWORZYMY INNOWACJE
TECHNOLOGICZNE
BUDUJĄCE DLA NICH WARTOŚĆ**

Dziękujemy za uwagę!