

19 MAI 2015

CĂTRE
TRIBUNALUL BIHOR
Judecător sindic: Varga Iren
Dosar: 251/111/2012
Termen: 19.05.2015

Raport privind activitatea desfășurată de administratorul judiciar
Prompt Insolv IPURL de la ultimul termen de judecata până în
prezent la debitoarea
MATROS '94 IMP. EXP. SRL

Subscrisa, Prompt Insolv S.P.R.L., am întocmit prezentul raport în conformitate cu dispozițiile Legii 85/2006 privind procedura insolvenței, în calitate de administrator judiciar, numit în dosarul cu nr. de mai sus, prin încheierea nr. 80/F/17.01.2012, prin care vă prezentăm activitatea desfășurată de la ultimul termen de judecată până la prezentul termen:

Activitatea administratorului judiciar s-a concentrat în această perioadă pe supravegherea și îndrumarea debitoarei în decursul perioadei de observație.

Menționăm faptul că a fost depus în termen Planul de Reorganizare a activității debitorului propus de către administratorul special, iar în data 12.06.2014 a fost publicat în Buletinul Procedurilor de Insolvență nr. 11210/12.06.2014 anunțul privind depunerea planului de reorganizare.

În data de 26.06.2014 a fost întrunită la sediul administratorului judiciar AGC care a aprobat cu o majoritate de patru grupe la o grupă, Planul de reorganizare a debitoarei MATROS '94 IMP. EXP. S.R.L. conform prevederilor art. 100 și 101 alin. 1 lit. A din Legea nr. 85/2006.

Împotriva acestei hotărâri au formulat contestație creditorii SALIX S.R.L. și Neuhofer Holz GMBH, care fac obiectul dosarelor asociate a10 și a11 și care au fost respinse de instanța de judecată.

Împotriva Sentinței nr. 287/2015 a Tribunalului Bihor de respingere a contestațiilor a fost înaintat apel care are termen în data de 17.06.2015.

Conform raportului administratorului special, la nivel de lunile
Februarie – Aprilie 2015 - Dep. FMCG:

Raport MATROS lunile Februarie 2015 - Aprilie 2015

	Feb-15	Mar-15	Apr-15
CA - 70	1,096,312	1,491,519	1,395,330
Adaos mediu realizat - absolut	123,925	162,021	161,368
Adaos mediu realizat - %	12.74%	12.19%	13.08%
Personal	40	39	41
Numar departamente	1	1	1

Departament FMCG - FOOD			
Numar divizii FMCG	1	1	1
Furnizori activi	20+10	20+10	21+11
Numar coduri produse vandute	980	1,000	1,050

La nivel de lunile Februarie 2015 - Aprilie 2015 - Dep. FMCG:

Primele 4 luni din 2015 a adus o crestere a vanzarilor fata de anul trecut perioada similara volumic cu 12,5%.

Cererea si consumul a crescut specific acestei perioade.

Adaosul insa a scazut cu 3%. Datorita unei ierni lungi cu perioade reci peste medie consumul de lichide - segmentul principal din portofoliul MATROS - a fost unul usor peste asteptari si pe acest segment furnizorul ROMAQUA nu a mai facturat bonusul cuvenit fapt ce s-a resimtit in adaosul general realizat.

Orientarea clientilor finali spre retelele IKA (Supermarketuri) a fost conntracarata prin o mai buna executie - distributie a produselor noastre.

Am avut cresteri pe unii furnizori, realizari similare pe altii si scaderi si fluctuatii la doi dintre furnizori .

Au fost doi furnizori ca si PERLA HARGHITELI si MANDY care au scazut sau ROMAQUA, ORKLA, MIRUNA care au inregistrat cresteri.

Motivul descresterii este scaderea la nivel national - a scazut implicarea lor in promovarea produselor proprii.

Cauzele cresterilor au fost legate de imbunatatirea distributiei MATROS insotita uneori si de campanii promo de la furnizori.

Au fost furnizori ca ORKLA SI ARDEALUL care au manifestat un interes marit in promovare demarand o campanie foarte motivanta pentru primul semestru in 2015. De asemenea ORKLA si ARDEALUL au fuzionat, ARDEALUL fiind absorbit de ORKLA - fapt resimtit si prin o crestere a suportului acordat pentru distribuitori.

MATROS a obtinut rezultate foarte bune in aceste campanii din 2014 - locul I si locul II pe tara, vanzarile pe segmentul de conserve si margarina crescand cu peste 30% fata de anul anterior 2013 si locurile II si III in primele etape ale campaniei pe 2015 inregistrand de asemenea cresteri volumice si de acoperire.

La fel in cazul furnizorului PAMBAC unde campaniile si lansarea de produse noi a dus la cresterea vanzarilor - MATROS realizand la nivel de BIHOR o executie ce i-a adus locul II pe tara in campania PAMBAC din trimestrul IV / 2015.

Astfel pe sectorul comertului traditional - minimarketuri/ magazine de proximitate/ magazine rurale vanzarile au crescut usor dar raman caracteristic ca optiune secundara pentru achizitiile de completare sau de impuls.

Puterea de cumparare redusa din piata nu a mai permis cresteri mari pe toate segmentele clientii orientandu-se pe produsele de necesitate din cosul zilnic.

Adaosul absolut a scazut usor per ansamblu in lunile februarie - aprilie 2015 pe fondul vanzarilor scazute per agent specifice perioadei..

Cresterea in vanzarea volumica se datoreaza cresterii vanzarilor pe depozit - catre clienti en - gros din afara judetului.

Furnizorii continua sa recurga la dublarea - triplarea distribuitorilor dar intr-o maniera oportunist.

Concurenta „ interbrand ” creata duce la scaderea drastica a adaosurilor realizate.

Am incercat sa pastram si chiar sa crestem numarul de furnizori cu distributiile de produse unde sa fim singuri pe Judetul Bihor.

Contractele noi cu PERLA CIUCASULUI - producator nou de apa minerala si TOPOLOVENI - producator de conserve cunoscut si parte din holdingul SRING - MANDY au adus cresteri de vanzari si o colaborare buna.

Am reluat colaborarea cu MIRUNA Timisoara iar negocierile cu WHITELAND purtate in ianuarie 2015 nu au adus si demararea unei colaborarii datorita conditiilor comerciale nesatisfacatoare.

Colaborarea cu furnizorul AFI - MURFATLAR a intrat intr-un blocaj - activitatea acestuia fiind suspendata de controalele ANAF pentru cercetari.

AFI - MURFATLAR fiind suspectat de fraude si evaziune au intrerupt livrarile de marfa sau au mari deficiente in onorarea comenzilor.

Astfel numarul de furnizori a ramas stabil la 19-20 principali si cca. 8-9 secundari (de completare - schimburi de marfuri)

MATROS a adoptat o pozitie rezervata in a distribui produsele acestora. Pentru a reface segmentul respectiv de marfa (vinuri si bauturi alcoolice) am demarat negocierile cu VINCON VRANCEA.

Colaborarea cu GLINA - MANDY lider de piata pe segmentul conservelor, cu toate ca MATROS este singurul distribuitor pe BIHOR nu dezvoltă cifrele asteptate cu toata stradania echipei MATROS.

Din pacate pe acest brand furnizorul pune mai mare accent pe distributia prin segmentul de supermarket IKA - neglijind segmentul traditional TT. MANDY nu are un personal stabil iar lipsa unor promotii coerente duc la rezultate sub potentialul pietei si asteptarile MATROS.

Colaborarea demarata cu cei doi furnizori GI&CO si CHOCOLATE ADVENTURE este buna si valorile sunt in crestere.

Am continuat disciplina de plati ferma, am evitat clientii rau platnici si am incercat la unii sa marim usor adaosurile acolo unde am avut distributie singulara.

Incepand cu finalul de Aprilie 2015 am limitat treptat termenele de plata la 28 - 30 zile pentru clientii mici si medii.

Prin aceasta am controlat expunerea in piata prin tendinta de a creste termenele de plata din partea clientilor revanzatori.

Datorita cresteri etimate a cererii incepand cu mai 2015 incercam sa impunem mai usor o disciplina ferma de plati.

Trasul de timp la plata continua - acesta ramanand totusi un fenomen general de piata in criza.

Activitatea s-a desfasurat stabil cu o divizie 8+1+1 (echipa de agenti comerciali), in total fiind 39 - 41 de angajati in perioada februarie 2015 - martie 2015.

Optimizarea schemei de personal a adus cu sine o reducere a costurilor dar fara sa afectam forta de vanzare.

Astfel personalul s-a stabilizat si nu s-au inregistrat scaderi in ce priveste vanzarile si adaosul efectiv realizat.

Furnizorii esentiali au continuat sa ne sustina si sa se deschida catre sustinere financiara.

Intrarea de marfuri din alte judete continua si ingreuneaza atat vanzarea cat si colectarea de incasari.

Controlam / atenuam efectele negative ale acestui fenomen prin colaborarea demarata cu distribuitorii locali (VASPO, Intercompany, Dorulet, Zad Tiara), crescand volumele schimburilor de marfuri dintre noi.

De la furnizori acordarea discounturile se face in continuare cu temporizare si o parte se „ pastreaza " ca si un provizion.

Cu ORKLA si ARDEALUL am trecut la termen de plata la 10 - 14 zile si suntem in plina campanie de a creste vanzarile targhetat cu cca. 20 - 30% pe 2015.

Am reusit sa pastram colaborarea cu firme ce fac distributie de alimente de provenienta romaneasca in extern - Anglia, Italia si Spania desi si aceasta piata e in scadere si unii parteneri si-au deschis depozite logistice in Romania pentru a-si reduce costurile.

La nivelul lunilor Februarie 2015 - Aprilie 2015 - GENERAL:

Am continuat adaptarea portofoliului de produse specific perioadei de recesiune si am lichidat stocurile neperformante.

Acolo unde piata nu a raspuns pozitiv nu am mai continuat evitand sa ramanem cu stocuri nevandabile.

Costurile cu salariile sau stabilizat si chiar au scazut usor fata de 2014 dar continua sa aiba pondere mare in balanta de cheltuieli.

Restructurarea pe spatii de depozitare a generat posibilitatea de a inchiria o parte din depozit cca. 300 mp. Pe fondul ofertei mari de spatii din piata si cererea scazuta datorita recesiunii nu am gasit un chirieas convenabil.

Costurile cu logistica si utilitatile s-au stabilizat dar au pondere mare datorita perioadei sezonului rece si a kilometrilor rulati pe drumuri

foarte rele. Au scazut usor costurile cu carburantul - pe inceput de 2015 datorita scaderii de pret fenomen general da se pare doar conjunctural - de moment de pe piata mondiala.

Investitia facuta in semestrul II 2014 pentru trecerea a 8 autovehicule mici pe GPL a adus o scadere a costurilor cu carburantul fara a fi afectata dinamica autovehiculelor.

Necesitatea de selectare a marfurilor - relocari, pregatirea pentru valorificarea deterioratelor si gestionarea defectelor / expiratelor a fost scazuta negenerand costuri suplimentare.

Recuperarile de solduri din piata s-au urmarit si recuperat in continuare pe cai simple - incasare sold, compensari, retururi de marfa sau pe cale juridica.

Avem actual 11 clienti in procedura de executare silita, 8 clienti pentru care s-au emis Ordonante de plata in baza OUG 119, 60 la care s-au depus Cereri de admisibilitate cf. O 119, 20 clienti aflati in procedura generala de insolventa, un client fata de care s-a depus plangere penala si 60 de clienti in procedura de conciliere prealabila urmand a se depune cerere de chemare in judecata a celor care nu se vor conforma.

A fost finalizata lista chirografarilor indispensabili si au avut loc discutii cu toti acestia legate de planul de vanzari si obiectivele pe 2014.

Important este ca am continuat colaborarea si cu furnizori ce nu au fot cuprinsi in plan ca de exemplu AFI, PAMBAC si SALIX.

Planul de reorganizare a fost depus la termen.

CONCLUZII

Solicitam judecatorului sindic, confirmarea planului de reorganizare a debitoarei si aprobarea prezentului raport de activitate si a tuturor demersurilor efectuate de administratorul judiciar.

În momentul de față vă rugăm să dispuneți acordarea unui nou termen in vederea continuarii procedurii, a finalizarii contestatiilor .

Oradea 19.05.2015

Prompt Insolv I.P.U.R.L.
Adm. judiciar al MATROS '94 IMP. EXP. SRL

