

## List Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy

Szanowni Państwo

Wejście Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku miało bardzo korzystny wpływ na gospodarkę. Wiele polskich firm, w tym i Grupa Kęty, zanotowały w tym okresie rekordowe wyniki. Przedsiębiorcom sprzyjały warunki makroekonomiczne i żywiołowy popyt na materiały budowlane. Rok 2005 był pod tym względem zupełnie inny. Zmieniło się diametralnie otoczenie dla działalności Spółki. W pierwszym półroczu osłabł popyt na wyroby wyciskane, które w strukturze sprzedaży stanowią największą wartość. Nie sprzyjały nam także czynniki makroekonomiczne - negatywnie kształtowały się ceny walut (umacniająca się w stosunku do euro złotówka), co osłabiało rentowność eksportu oraz drożały surowce, w tym aluminium, które pod koniec 2005 roku osiągnęło rekordowo wysoką cenę – ok. 2400 dolarów za tonę. Na to wszystko nałożyło się odejście w kwietniu 2005 roku prezesa zarządu, sprawującego tę funkcję nieprzerwanie od trzynastu lat. W tej sytuacji nie łatwo było osiągnąć wyznaczone cele - trzeba było walczyć wszystkimi siłami już o nie najlepszy w historii, ale o dobry wynik. I to nam się udało. Wypracowaliśmy 88 mln zysku netto.

Drogowskazem miała być ogłoszona na początku roku strategia rozwoju na lata 2005-2009, której kluczowym elementem była koncentracja działalności Grupy Kapitałowej na przetwórstwie aluminium i tworzeniu wartości dodanej w obszarze wyrobów wyciskanych, systemów aluminiowych i opakowań giętkich. Grupa - co było nowością - miała wzbogacić się w najbliższych latach o produkty walcowane. Dynamiczny rozwój miał się odbywać poprzez ekspansję na większość rynków europejskich, organiczny rozwój eksportu oraz a także realizację projektów typu „green field” oraz akwizycje pozwalające na konsekwentny rozwój w branży aluminiowej. W efekcie realizacja strategii miała przekształcić Grupę Kęty w największą i najsilniejszą grupę kapitałową działającą w branży aluminiowej na obszarze Europy Środkowo-Wschodniej z przychodami ze sprzedaży na poziomie 2,1 mld zł.

Czas zweryfikował nasze zamierzenia. Spojrzenie z bliska na biznes wyrobów walcowanych ostudziło nasze apetyty inwestycyjne. Wizytując w 2005 roku szereg zakładów działających w tej branży w Europie Środkowo-Wschodniej, doszliśmy do przekonania, że stworzenie nowego segmentu poprzez akwizycje wymaga dużych nakładów finansowych, a nie gwarantuje osiągnięcia satysfakcjonujących parametrów finansowych. To z kolei musiałoby osłabić konkurencyjność Grupy Kęty - największy atut Spółki. Zarząd podjął decyzję o modyfikacji strategii i odstąpieniu od tworzenia segmentu produktów walcowanych, skupiając się na rozwijaniu najbardziej perspektywicznych obszarów biznesu – profilach i systemach aluminiowych oraz opakowaniach. Będę temu służyć akwizycje pozwalające na generowanie łańcucha wartości dodanej w ramach grupy kapitałowej. Ich celem są firmy o ugruntowanej pozycji rynkowej, dysponujące nowoczesnymi produktami i siecią sprzedaży. Tylko takie podmioty mogą bowiem być szybko wkomponowane w strukturę Grupy Kapitałowej i z jej pomocą rozwinąć sprzedaż na rynkach europejskich. To z kolei poszerzy ofertę handlową Grupy Kęty i wzmocni jej pozycję jako europejskiego dostawcę nowoczesnych rozwiązań aluminiowych oraz wysokiej jakości opakowań giętkich dla kluczowych segmentów rynku.

Pierwszym krokiem prowadzącym do realizacji nowej strategii było przejęcie spółki ALUPROF, lidera na polskim rynku aluminiowych rolet zewnętrznych. Ta nowoczesna firma o rocznych obrotach 100 mln PLN i dysponująca własnym know-how będzie mogła - dzięki połączeniu z siecią Metalplast-Bielsko - sprzedawać swoje produkty w wielu krajach Europy Zachodniej. Podobne akwizycje pozwolą w przyszłości Grupie Kęty skuteczniej wykorzystać historyczne wejście Polski do Unii Europejskiej.

Równie atrakcyjne możliwości sprzedaży rysują się przed Grupą Kęty na Wschodzie Europy. Spółka wiąże ogromne nadzieje z ekspansją na tamte rynki. W tym celu buduje koło Kijowa na Ukrainie nowoczesną fabrykę profili aluminiowych, a następnie zamierza zbudować wokół niej park aluminiowy. Chcemy zachęcić do inwestowania inne polskie firmy, które na bazie produkowanych tam kształtowników oferowałyby gotowe produkty, np. kabiny prysznicowe, burty samochodowe, stolarkę aluminiową, elementy wyposażenia wnętrz.

Naszym priorytetem od lat są inwestycje. To dzięki nim możemy rozwijać naszą ofertę handlową i tworzyć coraz lepsze rozwiązania. Rok 2005 był pod tym względem wyjątkowy. W lutym uruchomiliśmy nowoczesny zakład produkcyjny w Tychach, w którym produkowane są opakowania techniką fleksograficzną. W tym samym zakładzie rozpoczęliśmy metalizowanie folii z tworzyw sztucznych i papieru, dzięki czemu oferta Segmentu Opakowań Giętkich stała się jeszcze bardziej konkurencyjna.

Z kolei Segment Wyrobów Wyciskanych wzbogacił się w ubiegłym roku o dwie nowe prasy o nacisku 1600 i 2800 ton, a także największą i najnowocześniejszą w tej części Europy anodownię. Wszystkie te inwestycje zwiększyły moce produkcyjne i przyczyniły się do umocnienia pozycji Grupy Kęty jako lidera na rynku profili aluminiowych.

W Segmencie Systemów Aluminiowych inwestycje związane były z tworzeniem sieci sprzedaży w Europie. W wielu krajach m.in. w Niemczech, Rumunii, Anglii, Irlandii i Skandynawii powstały nasze przedstawicielstwa, które zdobywają zamówienia na systemy aluminiowe. W kraju Metalplast-Bielsko święcił największe w swojej historii sukcesy, bo takimi było niewątpliwie zdobycie kontraktów na realizację fasady międzynarodowego portu lotniczego Warszawa Okęcie czy fasadę hotelu Hilton w Warszawie.

Wierzymy, że dzięki działaniom podjętym w roku 2005 spółka zyskała nową, stabilną strategię, która pozwoli na dynamiczny rozwój a tym samym na zwiększanie wartości dla akcjonariuszy spółki.