

Szanowni Państwo,

Rok 2006 był kolejnym udanym okresem dla Polmos Białystok S.A. Był to pierwszy, cały rok, w którym funkcjonowaliśmy z jednej strony jako spółka publiczna notowana na Gieldzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., z drugiej zaś jako spółka zależna posiadająca silnego inwestora strategicznego. W tej sytuacji Polmos Białystok S.A. operował jako istotny element największej na rynku wyrobów spirytusowych w Polsce Grupy CEDC. Wskazane okoliczności sprawiły, iż Spółka odnotowała najlepszy w swej historii wynik finansowy, osiągając zysk netto na poziomie blisko 76 mln. zł., wyższy o 8,3% niż w roku 2005. Był to także kolejny rok, w którym zwiększyliśmy swój udział w rynku.

Osiągnięcie to jest tym cenniejsze, iż zostało zrealizowane w warunkach ciągle rozchwieanego polskiego rynku wyrobów spirytusowych i ostrej konkurencji. Polmos Białystok nie tylko utrzymał sprzedaż na dobrym poziomie, ale i zwiększył swój udział w rynku. Sprzedaż naszego sztandarowego produktu, wódki „Absolwent”, wzrosła, przekraczając 4 mln. kartonów 9-cio litrowych, co zdecydowanie potwierdziło dominację tej marki wśród polskich wódek. „Żubrówka” oraz „Palace Vodka” utrzymały swoje pozycje rynkowe. Aktywnie także staraliśmy się operować w segmencie drinków alkoholowych (tzw. RTD) promując drink „Absolwent – Mixt”.

Funkcjonowanie jako spółka publiczna oraz rozgłos medialny wokół oferty publicznej z roku poprzedniego okazały się być doskonałą promocją zarówno samego Polmosu Białystok, ale także naszych produktów. W ocenie zarządu, za sukces należy uznać to, iż rozpoznawalność naszych wyrobów istotnie wzrosła. Obecnie nasze główne marki, takie jak, „Absolwent”, „Żubrówka”, „Palace Vodka” i „Batory” są już jednoznacznie kojarzone zarówno z Polmosem Białystok jak i z najwyższą jakością, potwierdzoną certyfikatami wydanymi przez Międzynarodową Jednostkę Certyfikującą KEMA.

Aktywność Spółki koncentrowała się przede wszystkim na doskonaleniu dystrybucji naszych produktów, aby zapewnić ich jak najszerszą dostępność. W obszarze produkcji Spółka dbała o utrzymanie stabilnego poziomu jakości swoich produktów i usprawnienie procesu produkcyjnego. Było to realizowane poprzez modernizację dotychczasowych oraz zakup nowych urządzeń. Głównym przedsięwzięciem inwestycyjnym było rozpoczęcie procesu budowy rektyfikacji spirytusu mającej w przyszłości zabezpieczyć w pełni potrzeby Spółki.

W minionym roku Zarząd podjął także szereg działań związanych z intensyfikacją aktywności eksportowej naszej Spółki. Nowa, zapoczątkowana w 2005 roku strategia eksportowa polegała na promocji sztandarowego produktu – wódki „Żubrówka” na kolejnych rynkach zagranicznych. Sukcesywnie zawieraliśmy nowe kontrakty eksportowe z dotychczasowymi jak i nowymi dystrybutorami na kolejnych rynkach, definiując w nich także obowiązki marketingowe stron. Z drugiej strony cały rok pracowaliśmy nad przygotowaniem całkowicie nowego wizerunku „Żubrówki” (nowa butelka, etykieta, zamknięcie, pozycjonowanie) tylko dla potrzeb rynków eksportowych. Projekt ten będzie wdrażany w roku 2007. Jestem przekonany, że unikalny w skali światowej charakter tego produktu oraz intensyfikacja jego promocji musi spowodować istotne zwiększenie eksportu w kolejnych latach.

Mając na uwadze wymogi rynku kapitałowego Zarząd dbał o stosowanie zasad ładu korporacyjnego. Doceniając istotną rolę akcjonariuszy mniejszościowych, pod koniec roku 2005 na grudniowym walnym zgromadzeniu, przy poparciu inwestora strategicznego, wprowadzono do Statutu Spółki instytucję „członków niezależnych” Rady Nadzorczej.

Reasumując – rok 2006 w opinii Zarządu był bardzo dobry, a wyniki sprzedaży satysfakcjonujące. Funkcjonowanie w ramach Grupy CEDC przy powiązaniu produkcji z dystrybucją stanowi solidną podstawę dla dalszego rozwoju Spółki.

Co do przyszłości – naszym priorytetem w roku 2007 jest utrzymanie wysokiego poziomu sprzedaży na rynku krajowym, zwiększenie eksportu, zwłaszcza „Żubrówki” oraz obniżka kosztów działalności. Kontynuacja wspólnej polityki sprzedażowej z Bols Sp. z o.o. w ramach grupy kapitałowej CEDC i wzmocnienie sprzedaży poprzez potężną grupę dystrybucyjną CEDC, czynią te założenia realnymi. Nowy wizerunek produktów eksportowych i bardziej aktywni ich dystrybutorzy, pozwolą na pozyskanie nowych rynków zbytu na świecie, a w konsekwencji na wzrost eksportu. Wspólna polityka zakupowa surowców w ramach grupy CEDC, elastyczna polityka personalna oraz budowa własnej instalacji rektyfikacji spirytusu, której zakończenie planujemy w III kwartale 2007 r., pozwolą na obniżkę kosztów działalności w perspektywie najbliższych lat.

Na zakończenie, w imieniu Zarządu Polmos Białystok S.A. pragnę złożyć podziękowania wszystkim, którzy w minionym roku wnieśli swój wkład w rozwój Spółki. Szczególnie gorąco dziękuję Akcjonariuszom za zaufanie, jakim obdarzyli Spółkę, nabywając akcje w ramach oferty publicznej. Jestem przekonany, że realizowana przez Zarząd strategia przyniesie Państwu satysfakcjonujący zwrot z zainwestowanego kapitału.

Z poważaniem

Henryk Wnorowski

Prezes Zarządu