

Szanowni Akcjonariusze,

szukając właściwych określeń dla zakończonego właśnie 2011 roku należy stwierdzić, że był to okres trudny i udany. Trudny, ponieważ towarzyszące nam już od kilku lat dość duże wahania na rynku surowców dotknęły producentów słodczy w ubiegłym roku w sposób szczególny, a to za sprawą znacznego, bo prawie 50% wzrostu ceny cukru. Również pozostałe, wykorzystywane przez nas surowce podlegały tej tendencji. Podobnie było z cenami opakowań. Konieczne były zatem podwyżki cen naszych produktów, które nie pozwoliły jednak odzyskać utraconej marży. W tej sytuacji zdecydowaliśmy się na rozszerzenie naszego asortymentu a co za tym idzie dystrybucji, tak aby spółka nie tylko mogła utrzymać udział w rynku, ale wykorzystując trudną sytuację konkurencji spróbowała go również powiększyć. Działania te okazały się skuteczne. Osiągnęliśmy znaczącą, bo 25% dynamikę sprzedaży. Udało się również poprawić nasze przepływy gotówkowe.

Osiągnięcie takich wyników nie byłoby możliwe bez zrealizowanych w ubiegłym roku inwestycji. Łączne wydatki inwestycyjne wyniosły ponad 40 mln zł. W większości były to zakupy maszyn i urządzeń, zarówno nowych linii produkcyjnych jak i usprawniających nasze obecne ciągi technologiczne. Jedna z zakupionych linii produkcyjnych została oddana do użytku w maju ubiegłego roku a druga w grudniu. Istnieje więc pewien zapas mocy produkcyjnych na rok bieżący. Rozbudowany został magazyn wyrobów gotowych i magazyn surowców, który był ukończony w ostatnich tygodniach. Należy podkreślić, że wszystkie zrealizowane inwestycje były absolutnie niezbędne do prawidłowego funkcjonowania firmy. Podkreślę tylko, że w zeszłym roku wyprodukowaliśmy około 31 tysięcy ton produktów. Wynik ten został osiągnięty przy jednoczesnej poprawie wskaźnika ilości produkcji w przeliczeniu na pracownika firmy.

Temat inwestycji będzie również w roku bieżącym kluczowy dla dalszego rozwoju spółki. Musimy mieć świadomość, że dalsze zwiększanie udziału w rynku wymaga wydatków. Zarząd zaproponował Radzie Nadzorczej plan inwestycyjny, którego realizacja pozwoli na dalszy dynamiczny rozwój.

Ubiegły rok był również okresem wyťažonej pracy realizowanej w obszarze marketingu i promocji naszych produktów. Dzięki wsparciu zewnętrznych podmiotów dokonaliśmy niezbędnych korekt naszej strategii marketingowej. Wydaje się dzisiaj, że podjęte decyzje dość skutecznie poprawiły komunikację z naszymi klientami, o czym świadczą osiągnięte wyniki. Będziemy w tym obszarze aktywni również w roku bieżącym. Jesteśmy właśnie w trakcie realizacji pierwszej z naszych tegorocznych kampanii reklamowych, poświęconej Michałkom. Możemy już ocenić, że została ona bardzo dobrze przyjęta przez nasze otoczenie a jej efekty będą widoczne w wynikach za pierwszy kwartał. Łączne wydatki na promocję i reklamę będą w bieżącym roku na odpowiednio wyższym poziomie.

Należy również podkreślić, że w ubiegłym roku, po raz pierwszy od wielu już lat doszło do wzrostu zatrudnienia. Dzisiaj w Spółce pracuje około 800 osób. Biorąc jednak pod uwagę poprawę wskaźników wydajności produkcji, wydaje się, że ta tendencja jest prawidłowa, a naszym pracownikom należne są podziękowania za ich codzienne starania o właściwą jakość produktów.

Z poważaniem

Dariusz Orłowski
Prezes Zarządu

