

Szanowni Akcjonariusze,

W imieniu Zarządu Zakładów Tłuszczowych „Kruszwica” S.A. przedkładam Państwa lekturze roczne sprawozdanie finansowe ZT „Kruszwica” S.A. (Spółka) za okres 12 miesięcy, zakończonych 31 grudnia 2018 roku.

Na wynik finansowy „Kruszwicy” w 2018 roku, największy wpływ miały: sytuacja na europejskim rynku nasion rzepaku, olejów roślinnych i produkcji żywca, a także dynamicznie zmieniające się trendy na rynkach konsumenckich, wynikające głównie ze zmiany stylu życia Polaków.

W segmencie agrobiznesowym, kluczem do dobrego wyniku roku okazała się zdolność Spółki do szybkiego reagowania na zmiany na rynku surowcowym, efektywność operacyjna na przerobie nasion, a także korzystna koniunktura na europejskim rynku bio-paliwowym.

Pomimo relatywnie wysokiej produkcji rzepaku w 2017 roku (ok. 30% wyższej jak rok wcześniej), w pierwszej połowie 2018 roku obserwowaliśmy bardzo niską płynność na rynku nasion spowodowaną wstrzymywaniem się lokalnych producentów ze sprzedażą, w oczekiwaniu na lepsze ceny. W tej sytuacji Spółka posiłkowała się importem nasion z krajów Unii Europejskiej. Mimo wyższych kosztów logistycznych, dzięki importowi byliśmy w stanie w pełni wykorzystać dostępne moce produkcyjne, osiągając w 2018 roku rekordową wielkość przerobu rzepaku w historii firmy.

Pomimo niższej niż prognozowana krajowej produkcji rzepaku w 2018 roku (ok. 2,3mln ton), nadwyżka surowca z poprzedniej kampanii, a także import nasion, stworzyły komfortową sytuację podażową dla branży, co przełożyło się na wzrost rentowności przerobu w drugiej połowie 2018 roku. W rezultacie, w 2018 roku „Kruszwica” przetworzyła rekordową ilość nasion rzepaku, co jednocześnie zwiększyło nasz udział w rynku producentów oleju.

Na rynku olejowym sytuacja nie uległa istotnej zmianie w porównaniu z poprzednim rokiem.

W segmencie produktów spożywczych, udało nam się osiągnąć zadowalający poziom sprzedaży markowych olejów konfekcjonowanych i stabilną wielkość sprzedaży margaryn konsumenckich. Sprzedaż tłuszczów profesjonalnych wypadła poniżej naszych oczekiwań.

W 2018 roku Spółka sprzedała ogółem 119 tys. ton olejów konfekcjonowanych, co stanowiło 8 procentowy wzrost w porównaniu do roku 2017. Dzięki konsekwentnej budowie pozycji marek olejowych, wartość sprzedaży olejów butelkowanych wzrosła o 3 procent.

Rok 2018 był kolejnym z rzędu, w którym znacząco skurczyła się wielkość i wartość rynku margaryn i miksów konsumenckich. W tym okresie Spółka sprzedała ponad 71 tys. ton margaryn, 1 procent mniej jak rok wcześniej. Niższa całkowita sprzedaż spowodowana była przede wszystkim spadkiem sprzedaży marek prywatnych, przy jednoczesnym wzroście udziału w rynku margaryn pod markami Spółki.

W segmencie produktów profesjonalnych pomimo presji konkurencji, dzięki szerokiej gamie nowych receptur i kontynuacji bliskiej współpracy z sektorem piekarsko-cukierniczym, utrzymaliśmy pozycję lidera w segmencie margaryn profesjonalnych. Jednocześnie, niższy jak przewidywany na rok 2018 wolumen sprzedaży tłuszczów luzem skompensowany został wzrostem rentowności sprzedaży pozostałych produktów kategorii.

Źródłem stabilnej pozycji Kruszwicy na rynku konsumenckim była konsekwentna budowa wartości marek olejów, poprzez szereg działań skierowanych na konsumenta oraz partnerów handlowych. Jednocześnie, kontynuowaliśmy strategię inwestowania w rozwój marek Smakowita i Słynne MR - w margarynach konsumenckich, a także marki Maestra - w margarynach profesjonalnych. Wierzymy, że dzięki nowemu spojrzeniu na potrzeby konsumentów, w tym roku zdołamy co najmniej utrzymać obecną pozycję tych marek na rynkach obu kategorii.

W ramach rozwoju produktów konsumenckich i profesjonalnych, w 2018 roku we współpracy z centrum Badań i Rozwoju Grupy Bunge w Budapeszcie, a także zewnętrznymi jednostkami badawczymi, zrealizowaliśmy ok. 60 projektów badawczo-rozwojowych, których celem była m.in. optymalizacja receptur produktowych i rozwój nowych technologii.

Wzorem ubiegłych lat, w 2018 roku Spółka angażowała się w inicjatywy pro-pracownicze, z których największą był program „Działam Lokalnie”, bazujący na formule wolontariatu pracowniczego. Jego celem jest wychodzenie naprzeciw konkretnym potrzebom lokalnych społeczności, przy bezpośrednim zaangażowaniu naszych pracowników i wsparciu finansowym Spółki. W minionym roku po raz drugi opublikowaliśmy „Raport pozafinansowy”, w którym opisaliśmy obecny i przewidywany wpływ naszego biznesu na środowisko naturalne, lokalne społeczności, a także etykę oraz troskę o prawa pracowników. Jesteśmy dumni, że tam gdzie prowadzimy nasz biznes, współpracujemy z lokalnymi samorządami nad poprawą bezpieczeństwa, rozwojem kultury fizycznej wśród dzieci i młodzieży, a także nad wsparciem dla potrzebujących.

Patrząc w przyszłość, należy się spodziewać, że marże strukturalne na przerobie rzepaku w pierwszej połowie 2019 roku powinny ulec dalszej poprawie, głównie ze względu na rosnący popyt na rynku bio-paliwowym. Jednakże, w obliczu rosnącego popytu na olej, kluczem do sukcesu finansowego w tym okresie będzie pełne zabezpieczenie przez nas surowca pod własną produkcję.

Co do prognoz na drugą połowę roku, sukcesywnie spadający krajowy areal zasiewu rzepaku, daje podstawy do obaw o tegoroczne zbiory w Polsce. Z drugiej strony, perspektywa niskich strat na przezimowaniu, w związku z łagodną jak dotąd zimą, pozwala z optymizmem patrzeć na sytuację surowcową w drugiej połowie 2019 roku.

Podsumowując, w obszarze agrobiznesu rok 2019 zapowiada się bardzo dobrze, tym niemniej podobnie jak w latach poprzednich, warunkiem sukcesu finansowego Spółki będzie skuteczne zarządzanie ryzykiem związanym z wahaniami cen rzepaku w Europie, kursem wymiany walut, a także właściwa logistyka skupu i magazynowania nasion pod optymalne wykorzystanie zdolności produkcyjnych.

Spoglądając na rynek konsumencki, w mojej ocenie sytuacja w segmencie olejów konfekcjonowanych w 2019 roku nie ulegnie istotnej zmianie. Rynek margaryn i miksów roślinnych będzie się nadal kurczył, głównie z powodu malejącej sprzedaży marek własnych i produktów typu value. Liczymy, że dla branży cukierniczo-piekarniczej i gastronomii 2019 będzie kolejnym rokiem wzrostu bazującego na ekspansji produktów o wartości dodanej, a co za tym idzie - większego zapotrzebowania na nasze produkty.

Mając na względzie powyższe zdarzenia, z przyjemnością pragnę poinformować, że całkowity zysk netto osiągnięty przez Spółkę w 2018 roku wyniósł 97,8 mln złotych, dostarczając tym samym zwrotu na kapitale na poziomie 13,8 procent.

Korzystając z okazji, pragnę w imieniu własnym i Kolegów z Zarządu, podziękować Akcjonariuszom za powierzone nam zaufanie, Radzie Nadzorczej za bieżące wsparcie i nadzór nad działalnością Spółki, a konsumentom za lojalność wobec marki jaką jest „Kruszwica” i jej produkty.

Prezes Zarządu

Wojciech Jachimczyk