

Szanowni Akcjonariusze,

W imieniu Zarządu przedkładam Państwu lekturze roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej „Kruszwica” S.A. (Grupa) za okres 12 miesięcy, zakończonych 31 grudnia 2018 roku.

Na wynik finansowy Grupy 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 Grupy do szybkiego reagowania na zmiany na rynku surowcowym, efektywność operacyjna w przerobie nasion, a także korzystna koniunktura na europejskim rynku biopaliwowym.

Pomimo relatywnie wysokiej produkcji nasion rzepaku w 2017 roku (ok. 30% wyższej jak w roku poprzednim), 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 Grupa 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 w historii firmy wielkość przerobu nasion rzepaku.

Pomimo niższych, w stosunku do prognozowanych, krajowych zbiorów nasion rzepaku w 2018 roku (ok. 2,3 mln 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, dzięki czemu Grupie zwiększyła swój udział w rynku producentów oleju.

Na rynku olejowym w 2018 roku 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 Grupa 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 uległa zmniejszeniu wielkość i wartość rynku margaryn i miksów konsumenckich. W tym okresie Grupa 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 Grupy.

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 tej kategorii.

Źródłem stabilnej pozycji Grupy 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, także w 2019 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 Grupa 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 Grupy. 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 nasion 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, 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 Grupy będzie skuteczne zarządzanie ryzykiem związanym z wahaniami cen nasion 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, rok 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 Grupę w 2018 roku wyniósł 99,7 mln złotych, dostarczając tym samym zwrotu na kapitale na poziomie 13,4 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 Grupy, a konsumentom za lojalność wobec marki jaką jest Grupa Kapitałowa „Kruszwica” oraz jej produkty.

Prezes Zarządu

Wojciech Jachimczyk