

PÓLROCZNE SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY KAPITAŁOWEJ ZPC MIESZKO S.A.

1. Czynniki wpływające na wynik finansowy.

W pierwszym półroczu 2014 roku Grupa Kapitałowa ZPC Mieszko S.A. osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 211.219 tys. złotych, tj. na poziomie o ponad 2,4 mln zł wyższym niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Dynamika przychodów wyniosła 1,2%.

Marża brutto na sprzedaży w pierwszym półroczu 2014 roku osiągnęła poziom 60.447 tys. zł (28,6% procentowo) i była wyższa o 3,6 mln zł niż rok wcześniej (27,2% procentowo). Dynamika marży brutto wyniosła 6,4%. Równocześnie jednak udział kosztów sprzedaży w przychodach ze sprzedaży produktów Grupy spadł z poziomu 17,5% wartości przychodów ze sprzedaży do poziomu 17,3%. Koszty ogólnozakładowe były wyższe niż w analogicznym okresie roku poprzedniego o 0,3 mln zł.

W pierwszym półroczu roku 2013 Grupa osiągnęła jednorazowy zysk na sprzedaży nieruchomości inwestycyjnej w wysokości 5 064 tys. zł. Wynik na działalności operacyjnej za pierwsze półrocze 2014 roku wyniósł 6.212 tys. złotych i był niższy o ponad 2,2 mln niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Jednakże jeśli wynik zeszłoroczny oczyścimy ze zdarzeń jednorazowych uzyskamy dynamikę EBIT z podstawowej działalności operacyjnej na poziomie 80%. Wynik EBITDA w pierwszym półroczu 2014 był niższy o 1,7 mln zł niż rok wcześniej i wyniósł 16 327 tys. zł. Po uwzględnieniu zdarzeń jednorazowych EBITDA w bieżącym okresie była wyższa od zeszłorocznej o 3,4 mln PLN co daje dodatnią dynamikę w wysokości 25%.

Dzięki znacznie niższym kosztom finansowym zysk brutto w pierwszym półroczu wyniósł 242 tys. złotych natomiast zysk netto 19 tys. złotych. Oba wyniki były nieznacznie niższe niż rok wcześniej odpowiednio o 66 tys. zł i 878 tys. zł. Po oczyszczeniu zeszłorocznych wyników ze zdarzeń jednorazowych zysk brutto oraz netto w pierwszym półroczu jest znacząco wyższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego. Odpowiednio jest to wzrost o blisko 5 mln PLN oraz 4,2 mln PLN.

W przypadku jednostkowego sprawozdania finansowego w pierwszym półroczu 2014 ZPC Mieszko S.A. osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 152.573 tys. złotych, tj. na poziomie o prawie 1,4% wyższym niż analogicznym okresie roku poprzedniego.

Marża brutto na sprzedaży osiągnęła poziom 30.032 tys. zł i była wyższa o prawie 1,9 mln zł niż w analogicznym okresie roku poprzedniego, czyli o 5,0%. Wartość procentowa marży brutto wyniosła 25,6% w bieżącym półroczu względem 24,7% rok wcześniej.

MARKETING

Udziały Mieszko w kategorii pralin w okresie luty – marzec 2014 wynosiły 4,4%. Poziom udziałów był stabilny w zestawieniu z okresem luty – marzec 2013 a także okresem grudzień 2013 – styczeń 2014. W okresie luty – marzec 2014 w zestawieniu z okresem luty – marzec 2013 udziały Mieszko w segmencie wiśni w likierze wzrosły o 0,5 p.p. do poziomu 22,2%. W ujęciu rocznym (okres od kwietnia 2013 do marca 2014) udziały Mieszko w segmencie wiśni wynoszą 23,6% i są wyższe od notowanych przed rokiem (okres od kwietnia 2012 do marca 2013) o 2,8 p.p. Główne marki Mieszko w segmencie wiśni to Cherrissimo oraz innowacyjne Cherrissimo white w białej czekoladzie.

W okresie luty – marzec 2014 w porównaniu do okresu luty – marzec 2013 wzrosły udziały Mieszko w segmencie produktów ekstrudowanych (oblewanych). Wzrost ten wyniósł 1,8 p.p. do poziomu 9,8%. W ujęciu rocznym udziały Mieszko w segmencie wynoszą 11,4%. Główny udział w sprzedaży Mieszko kierowanej do tego segmentu ma linia Mieszko Michaszki.

W segmencie produktów upominkowych udziały Mieszko wynosiły 4,4% i były niższe od notowanych przed rokiem. W segmencie tym Mieszko specjalizuje się w ofercie okazjonalnej. W I kwartale 2014 roku sprzedaż oferty okazjonalnej nie obejmowała linii wielkanocnej, która realizowana była głównie w II kwartale (kwiecień). Wyniki roczne pokazują, że Mieszko udaje się utrzymywać dynamikę wzrostu w segmencie produktów upominkowych. W okresie od kwietnia 2013 do marca 2014 udziały wynosiły 5,4% i były wyższe od notowanych w okresie od kwietnia 2012 do marca 2013 o 0,3 p.p. Poprawa wyników nastąpiła dzięki rozwojowi sprzedaży kluczowych marek (Amoretta) oraz innowacjom (linia Truffle Francuskie).

Dane Mieszko za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, cała Polska, udziały wartościowe, kategoria: praliny, klasyfikacja kliencka.

Wartościowe udziały Mieszko w segmencie cukierków w okresie luty – marzec 2014 wynosiły 2,8% i były wyższe od notowanych w okresie poprzedzającym (grudzień 2013 – styczeń 2014) o 0,2 p.p. Kluczowym z punktu widzenia spółki segmentem rynkowym jest segment cukierków twardych: wyniki Mieszko w segmencie cukierków twardych w okresie luty – marzec 2014 wynosiły 5,6% i były wyższe od notowanych w okresie poprzedzającym (grudzień 2013 – styczeń 2014) o 0,9 p.p. Wzrosty wygenerowane zostały w ramach linii produktów tradycyjnych, w tym poprzez rozwój dystrybucji i sprzedaży produktu Eukaliptus. Eukaliptus to linia odświeżających cukierków funkcjonalnych, oparta na recepturze wzbogaconej o olejek eukaliptusowy. W okresie I kwartału prowadzono działania budujące dystrybucję i zwiększające rotację produktu: dodatkowe ekspozycje i materiały POS w miejscu sprzedaży, pakiety promocyjne, pakiety z gratismem. Działania prowadzono w kanale tradycyjnym i nowoczesnym.

Udziały Mieszko w segmencie żelków w okresie luty – marzec 2014 wynosiły 3,8% i były wyższe od notowanych w okresie grudzień 2013 – styczeń 2014 o 0,2 p.p.

Dane Mieszko za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, cała Polska, udziały wartościowe, kategoria: cukierki.

I kwartał 2014 był kolejnym okresem wzrostu udziałów spółki w segmencie krakersów. Udziały marki Artur w segmencie krakersów w okresie luty – marzec 2014 wynosiły 16,9% i były wyższe o 4,6 p.p. od notowanych przed rokiem (okres luty – marzec 2013). Widoczny jest wyraźny wzrost udziałów w ujęciu rocznym: 7,3% w okresie kwiecień 2011 – marzec 2012, 11,0% w okresie kwiecień 2012 – marzec 2013 i 13,5% w okresie kwiecień 2013 – marzec 2014.

Dane Mieszko za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, cała Polska, udziały wartościowe, kategoria: krakersy.

Udziały Mieszko w kategorii pralin w okresie kwiecień – maj 2014 wynosiły 4,3%. Poziom udziałów utrzymuje się na stabilnym poziomie w zestawieniu z okresem luty – marzec 2014.

Mieszko z udziałami na poziomie 21,3% utrzymuje pozycję wiodącego gracza w segmencie wiśni w likierze (dane za okres kwiecień – maj 2014). W II kwartale 2014 linia Cherrissimo została poszerzona o innowacyjną nowość - Cherrissimo Exclusive, wiśnie w czekoladzie z dodatkiem popularnych alkoholi: brandy, amaretto, białego wina. Celem rozbudowy brandu jest umocnienie marki Mieszko Cherrissimo na pozycji lidera, eksperta w zakresie segmentu wiśni w likierze w Polsce.

W okresie kwiecień – maj 2014 w zestawieniu z okresem kwiecień – maj 2013 wzrosły udziały Mieszko w segmencie czekoladek oblewanych (ekstrudowanych). Wzrost nastąpił o 3,1 p.p. do poziomu 12,6%.

W okresie kwiecień – maj 2014 w segmencie produktów upominkowych udziały Mieszko wynosiły 5,0% i były wyższe od notowanych w okresie poprzedzającym luty – marzec 2014 o 0,6 p.p. Wzrost wygenerowany został dzięki sprzedaży oferty okazjonalnej Wielkanoc 2014.

Dane Mieszko za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, cała Polska, udziały wartościowe, kategoria: praliny, klasyfikacja kliencka.

Wartościowe udziały Mieszko w segmencie cukierków w okresie kwiecień – maj 2014 wynosiły 3,0%. Jest to poziom stabilny. Kluczowym z punktu widzenia spółki segmentem rynkowym jest segment cukierków twardych. Udziały Mieszko w segmencie cukierków twardych w okresie kwiecień-maj 2014 wynosiły 5,7% i były na poziomie okresu poprzedzającego (luty – marzec 2014).

W okresie kwiecień - maj 2014 kontynuowana była akcja promocyjna dla linii produktów funkcjonalnych Eukaliptus: dodatkowe ekspozycje i materiały POS oraz pakiety promocyjne. Akcje wspierające sprzedaż były prowadzone w kanale nowoczesnym i tradycyjnym.

Udziały Mieszko w segmencie żelków w okresie luty – marzec 2014 wynosiły 4,2% i były wyższe od notowanych w okresie poprzedzającym (luty – marzec 2014) o 0,3 p.p. Poprawa udziałów nastąpiła dzięki zwiększonej aktywności promocyjnej prowadzonej dla innowacyjnej dziecięcej marki Zozole.

Wysoką dynamikę sprzedaży odnotowały produkty nadziewane Mieszko. Udziały Mieszko w segmencie cukierków nadziewanych w okresie marzec - kwiecień 2014 wyniosły 6,2% i w porównaniu do okresu poprzedniego (luty – marzec 2014) wzrosły o 1,7 p.p. Wzrost sprzedaży odnotowały wszystkie brandy

cukierków nadziewanych Mieszko. Najwyższą dynamikę sprzedaży odnotowała marka dziecięca Zozole, która zanotowała wzrost sprzedaży wartościowej wobec okresu poprzedzającego (luty – marzec 2014) o 24%.

Wsparcie dla marki Zozole obejmowało ogólnopolską kampanię reklamową w prasie dziecięcej, kobiecej oraz działania w przestrzeni miejskiej (Warszawa). Prowadzono także działania w miejscu sprzedaży.

Dane Mieszko za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, cała Polska, udziały wartościowe, kategoria: cukierki.

Dla segmentu krakersów II kwartał 2014 to kolejny okres wzrostu udziałów spółki. Udziały marki Artur w segmencie krakersów w okresie kwiecień-maj 2014 wynosiły 15,8% i były wyższe o 4,6 p.p. od notowanych przed rokiem (okres kwiecień-maj 2013).

Dynamika wzrostu sprzedaży Artur znacząco przewyższa wzrost segmentu krakersów co daje stały wzrost udziałów w ujęciu rocznym: 7,6% w okresie czerwiec 2011 – maj 2012, 11,6% w okresie czerwiec 2012 – maj 2013 i 14,2% w okresie czerwiec 2013 – maj 2014.

W II kwartale 2014 do portfela produktów słodkich Artur skierowana weszła nowość: Artur Herbatniki 80 g. Produkt dedykowany jest do segmentu słodkich przekąsek a jego celem jest zdynamizowanie sprzedaży w segmencie herbatników nieoblewanych, który jest istotnym z punktu widzenia planów Spółki obszarem rynku wypieków słodkich.

Dane Mieszko za Nielsen, Panel Handlu Detalicznego, cała Polska, udziały wartościowe, kategoria: krakersy

W dniu 18 lutego 2014 roku Zarząd ZPC Mieszko S.A. podjął uchwałę w przedmiocie przydziału subskrybowanych obligacji serii B („Obligacje”) zamiennych na akcje Emitenta serii G („Akcje”), wyemitowanych na podstawie Uchwały nr 5/2014 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Emitenta z dnia 16 stycznia 2014. Zgodnie z tą uchwałą dokonano przydziału 123.417 (stu dwudziestu trzech tysięcy czterystu siedemnastu) sztuk obligacji o wartości i nominalnej 1.000 zł (tysiąc złotych) każda, tj. o łącznej wartości nominalnej 123.417.000 zł.

Celem emisji było refinansowanie istniejącego zadłużenia Spółki, z tytułu obligacji serii A zamiennych na akcje serii F.

Cena zamiany obligacji serii B na akcję (cena emisyjna akcji) wynosi 4 zł. Zamiana Obligacji może nastąpić do Dnia Wykupu. Zamiana Obligacji na akcje będzie dokonywana na podstawie pisemnych oświadczeń obligatariuszy. Zarząd Spółki będzie zgłaszał do Krajowego Rejestru Sądowego podwyższenie kapitału zakładowego, zgodnie z procedurą przewidzianą przez art. 452 Kodeksu spółek handlowych

Wykup obligacji nastąpi w dniu 18 lutego 2015 roku poprzez wypłatę obligatariuszom kwoty w wysokości równej łącznej wartości nominalnej objętych przez nich obligacji. Wykup Obligacji nastąpi poprzez wypłatę obligatariuszowi kwoty w wysokości równej łącznej wartości nominalnej posiadanych przez niego Obligacji. Wraz z zapłatą kwoty nominalnej obligacji, Emitent wypłaci należne obligatariuszowi oprocentowanie, zgodnie z warunkami emisji Obligacji.

Obligacje są oprocentowane. Oprocentowanie jest stałe i wynosi 4% (cztery procent) w skali roku. Oprocentowanie będzie naliczane od dnia emisji (włącznie) – tj. od dnia 18 lutego 2014r. Ostatnim dniem naliczania oprocentowania będzie dzień poprzedzający dzień wykupu. Odsetki będą wypłacane obligatariuszom co 6 (sześć) miesięcy („Okres Odsetkowy”). Oprocentowanie jest liczone od pierwszego dnia rozpoczynającego każdy Okres Odsetkowy (włącznie) do pierwszego dnia kolejnego Okresu Odsetkowego (bez tego dnia), a w przypadku drugiego Okresu Odsetkowego – do dnia wykupu (bez tego dnia). Pierwszy Okres Odsetkowy rozpoczyna się w dniu emisji, tj. w dniu 18 lutego 2014r. i kończy w dniu 18 sierpnia 2014r., drugi Okres Odsetkowy rozpoczyna się w dniu 19 sierpnia 2014r. i kończy w dniu 18 lutego 2015r. Oprocentowanie za dany Okres Odsetkowy będzie wypłacane uprawnionemu do jego otrzymania obligatariuszowi z dołu w ostatnim dniu Okresu Odsetkowego, a jeżeli ustalony w ten sposób dzień wypłaty oprocentowania nie będzie przypadał na dzień roboczy, oprocentowanie zostanie wypłacone w pierwszym dniu roboczym następującym po tym dniu. Jeżeli oprocentowanie ma być naliczone za krótszy niż pełny Okres Odsetkowy, zostanie ono wówczas obliczone na podstawie faktycznej liczby dni w okresie od pierwszego dnia danego Okresu odsetkowego (włącznie) do ostatniego dnia okresu, za który ma zostać obliczona wartość oprocentowania (bez tego dnia). Do otrzymania oprocentowania uprawniony będzie wyłącznie podmiot posiadający status obligatariusza na koniec dnia ustalenia praw do oprocentowania za dany Okres Odsetkowy (przypadający każdorazowo na 6 dni roboczych przed dniem wypłaty odsetek), przy czym oprocentowanie narosłe od Obligacji, które zostaną objęte złożonym przez obligatariusza oświadczeniem o zamianie, za okres przed dokonaniem zamiany Obligacji na Akcje, zostanie naliczone na podstawie faktycznej liczby dni w okresie od pierwszego dnia danego Okresu odsetkowego (włącznie) do ostatniego dnia okresu, za który ma zostać obliczona wartość oprocentowania (bez tego dnia) oraz wypłacone obligatariuszowi w terminie 5 dni roboczych od dnia dokonania zamiany Obligacji na Akcje.

W swoim sprawozdaniu finansowym spółka prezentuje powyższą emisję jako emisję obligacji w kwocie 122 407 tysięcy złotych o stopie rentowności 4,20% oraz emisję instrumentu kapitałowego opcji nabycia akcji o wartości 184 tysięcy złotych pomniejszone o rezerwę z tytułu odroczonego podatku dochodowego w kwocie 35 tys. PLN.

W związku z emisją obligacji serii B ZPC Mieszko S.A. nabyło celem umorzenia (zgodnie z art. 25 ust. 1 ustawy o obligacjach) 123.417 (sto dwadzieścia trzy tysiące czterysta siedemnaście) sztuk obligacji serii A zamiennych na akcje serii F, które zostały wyemitowane na podstawie uchwały nr 4a Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Mieszko z dnia 30 grudnia 2010r., uchwały Zarządu Mieszka z dnia 3 lutego 2011r., uchwały Rady Nadzorczej Mieszko z dnia 7 lutego 2011r. oraz uchwały Zarządu Mieszka z dnia 7 marca 2011r. („Obligacje serii A”). Przyczyną nabycia obligacji serii A była potrzeba bezgotówkowego refinansowania zadłużenia Emitenta z tytułu tych obligacji poprzez emisję przez Emitenta obligacji serii B zamiennych na akcje serii G („Obligacje serii B”).

Nabycie przez ZPC Mieszko S.A. Obligacji serii A nastąpiło na podstawie umów sprzedaży Obligacji serii A zawartych pomiędzy Emitentem a uprawnionymi z Obligacji serii A.

Zapłata ceny za nabyte przez Emitenta Obligacji serii A nastąpiła poprzez wzajemne potrącenie wierzytelności przysługującej zbywcom uprawnionym z Obligacji serii A względem Emitenta z wierzytelnością przysługującą Emitentowi względem zbywców uprawnionych z Obligacji serii A powstałą z tytułu zobowiązania do opłacenia Obligacji serii B.

Cena kupna za nabyte przez Emitenta Obligacje serii A wyniosła łącznie 125.654.550, 21 zł (sto dwadzieścia pięć milionów sześćset pięćdziesiąt cztery tysiące pięćset pięćdziesiąt złotych dwadzieścia jeden groszy) („Cena Kupna”) za wszystkie Obligacje serii A , zatem cena jednostkowa (tj. za jedną sztukę obligacji serii A) wyniosła 1.018, 13 zł (jeden tysiąc osiemnaście złotych trzynaście groszy).

Cena jednostkowa, o której mowa powyżej, w części odpowiadającej 1000 (jeden tysiąc) zł stanowiła zapłatę za wartość nominalną Obligacji serii A, natomiast w części odpowiadającej 18,13 zł stanowiła równowartość odsetek naliczonych od dnia 7 września 2013 do dnia rozliczenia transakcji nabycia Obligacji serii A przez Emitenta.

Zapłata części Ceny kupna w wysokości 123.417.000 zł (sto dwadzieścia trzy miliony czterysta siedemnaście tysięcy złotych) za nabyte przez Emitenta Obligacje serii A nastąpiła w formie kompensaty wierzytelności przysługującej zbywcom uprawnionym z Obligacji serii A względem Emitenta z wierzytelnością przysługującą Emitentowi względem uprawnionych zbywców Obligacji serii A powstałą z tytułu zobowiązania do opłacenia Obligacji serii B.

Pozostała część Ceny Kupna w kwocie 2.237.550, 21 zł (dwa miliony dwieście trzydzieści siedem tysięcy pięćset pięćdziesiąt złotych dwadzieścia jeden groszy) została pokryta przez Emitenta w środkach pieniężnych.

W dniu 26 czerwca 2014 roku odbyło się Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy, które udzieliło absolutorium z wykonania obowiązków za rok 2013 wszystkim członkom Zarządu oraz Rady Nadzorczej ZPC Mieszko S.A. a także zatwierdziło sprawozdania finansowe jednostkowe i skonsolidowane ZPC Mieszko S.A. za rok 2013 i zdecydowało o przekazaniu zysku za rok 2013 na kapitał zapasowy. Jednocześnie Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy przedłużyło kadencję trzech członków Rady Nadzorczej Emitenta, tj. panów: Tomasa Mokrikas, Tomasa Langaitis, Dariusza Nikołajuk.

2. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników ryzyka i zagrożeń istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa

CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

Sytuacja makroekonomiczna

Koniunktura w branży wyrobów cukierniczych pozostaje w korelacji z ogólną sytuacją gospodarczą. Dynamika przychodów Grupy Kapitałowej ZPC Mieszko S.A. jest częściowo uzależniona od wzrostu polskiego oraz litewskiego PKB, a w szczególności od stopnia zamożności polskiego oraz litewskiego społeczeństwa. Zmiany sytuacji gospodarczej w obydwu tych krajach, w tym proces bogacenia się konsumentów oraz nasilenie/osłabienie procesów inflacyjnych będą wpływać na dalszy rozwój Grupy.

Polski system podatkowy

Polski system podatkowy charakteryzuje się częstymi zmianami przepisów. Ponadto wiele z obowiązujących przepisów podatkowych nie zostało sformułowanych w sposób dostatecznie precyzyjny i brak jest ich

jednoznacznej wykładni. Ich interpretacje ulegają częstym zmianom, a zarówno praktyka organów skarbowych, jak i orzecznictwo sądowe w sferze opodatkowania nie są jednolite.

Konkurencja obecna na rynku

Grupa działa na rynku wyrobów cukierniczych charakteryzującym się wysokim poziomem konkurencyjności. W ostatnich latach w branży producentów słodczy na rynku polskim dochodziło do fuzji i przejęć, głównie poprzez przejmowanie polskich producentów przez zachodnie koncerny. Obecnie rynek zdominowany jest przez kilka znaczących firm z kapitałem zagranicznym a polscy producenci kontrolują około 20%-25% rynku słodczy. Na rynku litewskim w ostatnich latach producenci słodczy odczuli zwiększoną presję ze strony importerów słodczy.

Dystrybucja słodczy

Kluczowy czynnik wpływający na zmiany w strukturze handlu detalicznego w Polsce to wzrost kanału dyskontowego. Wraz z wzrostem liczby placówek następuje zmiana w zakresie ich charakteru – widoczne jest przejście od tradycyjnego modelu dyskontowego, funkcjonującego w oparciu o wąski asortyment marek własnych, do profilu bardziej zbliżonego do handlu nowoczesnego. Ekspansja sieci dyskontowych powoduje wyhamowanie wzrostu w obrębie sieci wielkopowierzchniowych – ich udział w obrocie nie rośnie. Nasycenie rynku w zakresie hipermarketów jest pełne, sieci wielkopowierzchniowe wykorzystują alternatywne, mniejsze formaty. Kanał nowoczesny, w tym sieci dyskontowe, są kluczowym kanałem dystrybucji dla produktów Spółki. Współpraca prowadzona jest w obrębie produktów markowych (brandowych) a także marek własnych.

W obrębie kanału tradycyjnego (hurtowego) widoczna jest postępująca konsolidacja, w efekcie procesu rozproszone, niezależne placówki stopniowo przekształcają się w regionalne i ogólnopolskie sieci handlowe. Operując w tym kanale Spółka wykorzystuje doświadczenia wyniesione z współpracy z sieciami międzynarodowymi.

Na rynku litewskim sprzedaż słodczy skoncentrowana jest w sieciach handlowych, sieci wielkopowierzchniowe są głównym kanałem sprzedaży produktów Grupy Kapitałowej na tym obszarze.

Grupa prowadzi sprzedaż produktów na rynkach eksportowych, zarówno lokalnych: Czechy, Słowacja, Węgry, Bułgaria, Rumunia jak i na kluczowych pod względem potencjału: USA, Kanada, Rosja. Grupa prowadzi proaktywną politykę eksportową w zakresie rynków rosnących, głównie z obszaru Bliskiego i Dalekiego Wschodu oraz Afryki Zachodniej.

Potencjał wzrostu polskiego oraz litewskiego rynku słodczy

Do głównych czynników charakteryzujących trendy w konsumpcji wyrobów cukierniczych w Polsce należy zaliczyć:

- Spożycie w obydwu krajach jest mniejsze od spożycia w krajach zachodnioeuropejskich;
- Innowacje produktowe odgrywają coraz ważniejszą rolę we wroście rynku słodczy
- Rosnące znaczenie marek prywatnych w kanale nowoczesnym (w niektórych kategoriach dochodząc do 40% udziałów rynkowych)
- Wzrost znaczenia produktów funkcjonalnych, oferujących dodatkowe korzyści (zdrowotne, niższa kaloryczność)
- Specyficzny gust polskich oraz litewskich konsumentów – preferowanie smaków naturalnych, bez dodatków konserwantów.

Pozycja rynkowa Grupy Kapitałowej ZPC MIESZKO S.A.

Na polskim rynku cukierniczym działa około 350 podmiotów, z czego około 100-120 firm zatrudnia powyżej 50 osób.

W ostatnich latach doszło do kilku znaczących zmian na rynku. Jutrzenka przejęła od Nestle markę Goplana, jedną z najważniejszych marek w segmencie czekoladowym w Polsce, która jednak przez ostatnie lata została poważnie zaniedbana przez Nestle. Podmiot związany z Jutrzenką zakupił również firmę Kaliszanka, znaną z marki wafelków Grześki. Docelowo ma powstać polska grupa słodczy z markami: Jutrzenka, Goplana, Kaliszanka i udziałami rynkowymi na poziomie kilkunastu procent. Cadbury/Wedel przejął początkowo dystrybucję, a następnie również zakupił marki Leaf Poland: cukierki Hops! oraz Chałwę Królewską. Firma Leaf wycofała się z Polski, podobnie jak firma Fazer, która sprzedała swoje polskie marki (Bałtyk) firmie Bomilla.

Rynek zdominowany jest przez kilku znaczących producentów, wśród których Emitent znalazł swoją pozycję jako ekspert od nadzienia oraz producent cukierków, głównie dla dzieci.

Vilnus Pergale jest jednym z liderów, wśród podmiotów, działających na litewskim rynku słodczy. Jest największym sprzedawcą bombonier, karmelków oraz wyrobów konfekcjonowanych.

CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

Dynamicznie rozwijający się eksport

Spółka od kilku lat aktywnie penetruje zarówno rynki zachodnie jak i rynki Bliskiego Wschodu, jako bezpieczniejsze i bardziej rentowne. Kraje z którymi Mieszko nawiązało współpracę to między innymi: Zjednoczone Emiraty Arabskie, USA, Izrael, Niemcy, Szwecja, Czechy, Węgry. Równolegle Spółka sukcesywnie odbudowuje swoją pozycję na rynku wschodnim. Spółka planuje dalszy ekspansywny wzrost udziału sprzedaży eksportowej w przychodach ze sprzedaży. Celem do którego dąży Spółka jest osiągnięcie stałego poziomu około 25-30% udziału w sprzedaży.

Zmiany prawne w związku z zatrudnianiem i rehabilitacją osób niepełnosprawnych.

ZPC Mieszko S.A. jako Zakład Pracy Chronionej funkcjonuje na rynku pracy osób niepełnosprawnych od 04 listopada 1996 roku, przy czym poprzednik prawny Spółki – ZPC Mieszko Sp. z o.o. uzyskał taki status na podstawie decyzji z 01 sierpnia 1993 r. Posiadanie tego statusu wiąże się, przede wszystkim, z otrzymywaniem określonych dotacji z budżetu państwa. Utrzymanie statusu Zakładu Pracy Chronionej zależy od spełniania przez Spółkę przesłanek określonych w Ustawie o rehabilitacji zawodowej i społecznej.

3. Opis organizacji Grupy Kapitałowej

W skład Grupy Kapitałowej ZPC MIESZKO S.A. wchodzi następujące Spółki:

a) MIESZKO Bis Sp. z o.o. Agencja Pracy Tymczasowej - świadczy na rzecz MIESZKO S.A. polegające na odpłatnym kierowaniu swoich pracowników lub zleceniobiorców do wykonywania określonych czynności w miejscu wskazanym przez "Mieszko" S.A. i na jego rzecz oraz do przyjmowania i prowadzenia szkolenia w celu przyuczenia do zawodu uczniów szkół zawodowych na potrzeby "Mieszko" S.A. zgodnie z obowiązującymi przepisami.

b) MIESZKO Distribution Sp. z o.o. - świadczy na rzecz ZPC Mieszko S.A. usługi outsourcingowe w zakresie sprzedaży krajowej i eksportowej.

c) MIESZKO Services Sp. z o.o. - świadczy na rzecz ZPC Mieszko S.A. usługi outsourcingowe w zakresie

- funkcji personalnej,
- funkcji marketingowej,
- funkcji finansowo – księgowej,
- funkcji IT,
- funkcji operacyjnej,
- funkcji technologicznej,
- funkcji prawnej,
- funkcji kancelaryjnej,
- funkcji bhp, oc i przeciwpożarowej.

d) TB INVESTICJA zależna w 100% od ZPC Mieszko S.A.

Przedmiotem działalności spółki jest zarządzanie własnym portfelem inwestycyjnym

e) VILNIAUS PERGALÉ AB zależna w 100 % od ZPC MIESZKO S.A. (pośrednio przez Spółkę TB Investicja)

Przedmiotem działalności Spółki jest produkcja i sprzedaż wyrobów cukierniczych

f) LATAKO PROJEKTAS UAB zależna w 100 % od ZPC MIESZKO S.A. (pośrednio przez Spółkę TB Investicja)

Przedmiotem działalności Spółki jest zarządzanie nieruchomościami inwestycyjnymi.

g) PERGALE TS zależna w 78,34 % od ZPC MIESZKO S.A. (pośrednio przez Spółkę TB Investicja)

Przedmiotem działalności Spółki są usługi naprawy i utrzymania ruchu maszyn, urządzeń oraz nieruchomości Grupy Kapitałowej TB INVESTICJA.

h) ARTUR sp. z o.o. (dawniej NP. Properties Poland Sp z o.o.) z siedzibą w Warszawie zależna w 100 % od ZPC MIESZKO S.A.

Przedmiotem działalności spółki jest produkcja ciastek o przedłużonym terminie przydatności do spożycia.

4. Skutki zmian w strukturze Grupy Kapitałowej ZPC MIESZKO S.A.

W okresie sześciu miesięcy zakończonych 30 czerwca 2014 roku nie doszło do zmian w strukturze Grupy Kapitałowej ZPC Mieszko S.A.

5. Stanowisko Zarządu ZPC MIESZKO S.A. odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej publikowanych prognoz

Spółka nie przekazywała do publicznej wiadomości prognoz finansowych.

6. Lista akcjonariuszy posiadających 5% głosów na WZA

Lista akcjonariuszy posiadających 5% głosów na WZA na dzień publikacji raportu

Akcjonariusz	% głosów	Liczba akcji Liczba głosów	Wartość nominalna akcji
Bisantio Investment Limited Z siedzibą w Limassol Nikozja	65,9 %	26 930 694	26 930 694 zł
Noble Funds Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych	9,0 %	3 661 371	3 661 371 zł

7. Zmiany w stanie posiadania akcji przez Osoby Zarządzające i Nadzorujące od przekazania poprzedniego raportu kwartalnego.

Na dzień przekazania raportu Osoby Zarządzające i Nadzorujące Spółkę nie posiadają akcji ZPC Mieszko S.A.

8. Postępowania sądowe.

Przeciwko żadnej Spółce Grupy Kapitałowej ZPC MIESZKO S.A. nie toczą się postępowania sądowe, których wartość jednostkowa lub łączna stanowiłaby 10% kapitałów własnych Emitenta.

9. Informacja o zawarciu transakcji z podmiotami powiązаныmi

Nie zostały zawarte żadne transakcje z podmiotami powiązаныmi o istotnym znaczeniu dla Grupy Kapitałowej, czy też na warunkach innych niż rynkowe.

10. Udzielone poręczenia i gwarancje, których wartość przekracza 10% kapitałów własnych.

W dniu 4 lipca 2011 roku ZPC Mieszko S.A. zawarł umowę o przystąpieniu do długu, polegającego na zobowiązaniu Artur Sp. z o.o. wobec Banku PEKAO S.A. , z tytułu udzielenia kredytu inwestycyjnego. Kwota zobowiązania Artur Sp. z o.o. z tytułu kredytu na dzień 30 czerwca 2014 wynosi 13.096 tys. PLN. Na podstawie umowy o przystąpieniu do długu ZPC Mieszko S.A. bezwarunkowo i nieodwołalnie przyjął, jako współdłużnik solidarny odpowiedzialność za wykonanie wszelkich obecnych i przyszłych zobowiązań Artur Sp. z o.o. , wynikających z Umowy Kredytu w odniesieniu do kwoty kredytu, w szczególności zobowiązanie do spłaty na rzecz Banku kwoty kredytu wraz z odsetkami, opłatami, prowizjami, kosztami oraz wszelkimi innymi kwotami należnymi Bankowi, na co Bank wyraził zgodę. Kredyt udzielony Artur Sp. z o.o. jest spłacany w 20 kwartalnych ratach począwszy od dnia 31 marca 2012 roku.

11. Inne informacje.

Kursy EURO zastosowane do przeliczenia rachunku zysków i strat.

Rachunek wyników za II kwartały 2014	4,1765
Pozycje bilansowe na 30.06.2014	4,1609
Rachunek wyników za II kwartały 2013	4,1766
Pozycje bilansowe na 31.12.2013	4,1472

12. Wskazanie czynników, które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na osiągnięte wyniki w perspektywie co najmniej kolejnego kwartału.

Zarząd ZPC Mieszko S.A. nie przewiduje aby wystąpiły czynniki, które znacząco wpłyną na wyniki finansowe Grupy Kapitałowej ZPC MIESZKO S.A. w trzecim kwartale 2014 roku.

W ocenie Zarządu istnieje jednak prawdopodobieństwo, iż utrzymywanie się na wysokich poziomach cen podstawowych surowców stosowanych do produkcji, w szczególności kuwertur czekoladowych ale także cukru, syropu glukozowego oraz tłuszczu będzie wpływało na marżę brutto na sprzedaży również w kolejnych okresach, zwłaszcza gdy sytuacja rynkowa nie pozwoli na podwyżki cen oferowanych wyrobów.

Warszawa 29 sierpnia 2014 r.