

Rusiec, dnia 30 kwietnia 2015 r.

Pismo Prezesa Zarządu Pamapol S.A. do Akcjonariuszy

Szanowni Państwo

W imieniu Zarządu Pamapol S.A. przedkładam Państwu Raport Roczny Spółki Pamapol S.A. za 2014 r., stanowiący podsumowanie naszej pracy w tym okresie.

Rok 2014 dla Grupy Kapitałowej Pamapol był kolejnym okresem dużych wyzwań i kontynuacji zmian organizacyjnych, mających na celu poprawę efektywności prowadzonej działalności.

W ramach realizacji kierunków strategicznych Grupa podejmowała działania mające na celu optymalne wykorzystanie posiadanych zasobów, intensyfikację działań marketingowych, jak również kontynuację ekspansji produktowej i organizacji oraz prowadzenie prac dot. nowych produktów i rozwiązań.

Grupa kontynuuje realizację podjętej strategii marketingowo-sprzedażowej. W wyniku przeprowadzonej rewitalizacji marki Grupa prowadziła intensywne działania sprzedażowe i marketingowe mające na celu pokazanie szerszej rzeszy klientów nowego charakteru marki Pamapol. Działania marketingowe obejmowały: kampanię reklamową w telewizji, reklamy w czasopismach branżowych i poradnikach oraz kampanie promocyjno-reklamowe na portalach internetowych.

Czynnikiem o istotnym znaczeniu, mającym wpływ na strukturę sprzedaży produktów oferowanych przez Grupę są przemiany zachodzące na polskim rynku spożywczym wraz z procesami transformacji rynku. Polski rynek znajduje się obecnie w fazie przemian związanych ze zwiększonym udziałem handlu nowoczesnego (supermarkety, hipermarkety, dyskonty, sklepy typu convenience) w całkowitej strukturze sprzedaży.

Strategia marketingowo-sprzedażowa Grupy w znaczącym stopniu opiera się na wzroście sprzedaży produktów w oparciu o nowoczesne kanały dystrybucji, zarówno pod marką brandową Pamapol oraz marką sieci handlowych. Istotny jest także wzrost udziału sprzedaży eksportowej.

Jednocześnie w Grupie prowadzone są dalsze prace rozwojowe, mające na celu udoskonalenie funkcjonującej oferty, jak i budowaniem nowych innowacyjnych rozwiązań dla produktów i opakowań. Dążymy do pełnej satysfakcji Klienta poprzez rozwijanie innowacyjnej oferty asortymentowej wywodzącej się od potrzeb konsumenta.

Działania optymalizacyjne w Grupie nastawione są na poprawę podstawowych wskaźników efektywności operacyjnej. Trwa realizacja projektów dotyczących centralizacji zakupów i logistyki oraz projektów związanych z optymalizacją procesów produkcyjnych mających na celu obniżenie kosztów produkcji.

W 2014 r. Grupa odnotowała korzystne zmiany w strukturze i skali kosztów związanych z produkcją i sprzedażą oferowanych produktów i usług oraz towarów i materiałów. Osiągnięte wyniki, mimo dużej zmienności otoczenia, potwierdzają konieczność ciągłego procesu restrukturyzacji i wprowadzania niezbędnych zmian, mających na celu stałe podwyższanie rentowności.

Ponadto w obszarze finansowym prowadzone były działania mające na celu poprawę płynności oraz optymalizację struktury finansowania uwzględniającej zapotrzebowanie na kapitał krótkoterminowy i długoterminowy poszczególnych spółek Grupy. Efektem tych działań było podpisanie 25 września 2014 r. Porozumienia Restrukturyzacyjnego, które zapewniło stabilne prowadzenie działalności operacyjnej.

W ramach optymalizacji funkcjonowania Grupy Kapitałowej Pamapol, w 2014 r. nastąpiło zbycie kolejnych zbędnych aktywów – Pamapol S.A. sfinalizował proces sprzedaży 100% udziałów spółki zależnej Huta Szkła Sławno sp. z o.o.

Nastawienie na rentowność i realizowanie polityki szukania oszczędności kosztowych pozwoliły wypracować Grupie w 2014 r. po raz pierwszy od kilku lat zysk netto, wobec istotnej straty na koniec 2013 r. Skonsolidowana EBITDA za 2014 r. wyniosła 19.917 tys. zł.

Naszym priorytetem na rok 2015 jest zapewnienie trwałej rentowności w obszarach produkcyjnych. Ponadto, w działalności handlowej celem jest kontynuacja prowadzonych działań marketingowo-sprzedazowych, które przyczyniają się do zwiększenia wolumenu i poprawienia uzyskiwanych marż w poszczególnych kanałach sprzedaży. Koncentracja wzrostu będzie generowana w kanale modern trade oraz eksportowym.

Wierzymy, iż realizowana przez nas strategia rozwoju biznesu będzie przynosić dalsze efekty w postaci poprawy wyników finansowych oraz wzrostu wartości marki Pamapol. Wyrażamy też nadzieję, że powyższe działania znajdą Państwa akceptację i uznanie.

Z poważaniem,

Robert Jankowski