

Szanowni Państwo,

Miniony rok 2018 był okresem, w którym koncentrowaliśmy swoje wysiłki na realizowaniu przyjętej w listopadzie 2016 strategii. Jednocześnie był to rok kilku zmian organizacyjnych mających na celu poprawę efektywności oraz zwiększenie konkurencyjności Grupy.

W roku 2018 przeprowadziliśmy proces podwyższenia kapitału pozyskując kwotę 25 mln PLN na inwestycję związaną z budową nowej fabryki w segmencie słodocy. W ramach rozwoju oferty produktowej oraz jej lepszego dopasowania do zmieniających się potrzeb konsumenckich przeprowadziliśmy również inwestycje w aktywa wytwórcze o łącznej wartości 3,3 mln PLN.

Zakończyliśmy również inwestycję w grupach asortymentowych chałwy oraz galanterii czekoladowej. Przesunięcie w czasie terminu zakończenia tychże inwestycji, łącznie o 10 miesięcy, wpłynęło negatywnie na wyniki finansowe Grupy za rok 2018. Negatywny wpływ na wyniki Grupy miał również szereg zdarzeń jednorazowych, które szerzej opisane zostały w Raportach okresowych.

W 2018 roku zintensyfikowaliśmy działania mające na celu rozwój sprzedaży poprzez wykorzystanie potencjału marki ODRA, zarówno w sferze produktowej jak również w obszarze budowy świadomości marki w oparciu o przygotowaną platformę komunikacji „ODRA – Najlepiej Razem”. Wprowadziliśmy na rynek również markę FREEYU, która skierowana jest do osób świadomych, aktywnych w każdej dziedzinie życia, spragnionych czegoś nowego, smacznego i zdrowego zarazem. Marka FREEYU jest alternatywą dla klasycznych słodocy i komplementarnie uzupełnia portfolio produktowe Grupy. Jednocześnie zrealizowaliśmy wiele projektów w celu rozwoju sprzedaży w obszarze B2B oraz Private Label, w tym również na rynkach zagranicznych.

Rok 2019 rozpoczęliśmy bogatsi o wiedzę i doświadczenia, świadomi potencjału, który posiadamy, jak również świadomi czekających nas wyzwań związanych między innymi z dynamicznymi zmianami w strukturze handlu detalicznego w Polsce, które wynikają m.in. z ograniczenia handlu w niedziele. Wyzwaniem jest również stała presja na wynagrodzenia oraz wciąż nieustabilizowana sytuacja na rynku cen oraz dystrybucji energii. Stawiamy sobie także za cel aby skutecznie i efektywnie wykorzystać potencjał zmian postaw konsumenckich, które wymagają od nas intensywnej pracy nad nowymi produktami, jak również mniejszymi opakowaniami oraz krótszymi seriami produkcyjnymi.

Pomimo negatywnych zdarzeń, których doświadczyliśmy w roku 2018, jestem przekonany, że jako Grupa osiągnęliśmy lepszą pozycję konkurencyjną i jesteśmy lepiej przygotowani aby sprostać czekającym nas wyzwaniom. Jestem również przekonany, iż konsekwentna realizacja przyjętej strategii będzie skutkować trwałym wzrostem wartości Grupy Otmuchów.

Korzystając z okazji chciałbym podziękować w imieniu Pracowników, Kadry Zarządzającej i Zarządu za Państwa zaufanie oraz wsparcie w realizacji strategii Grupy.

Z wyrazami szacunku,

Bogusław Szladowski