

Szanowni Państwo,

przychodzi mi pisać ten list dziś, 12 marca 2020 roku. Za oknami piękna pogoda, ale nie ma nastroju do celebrowania pierwszych oznak wiosny. Jesteśmy właśnie świadkami rozwijającej się pandemii coronawirusa wywołującego chorobę zwaną covid-19. Wirus ten rozprzestrzenia się bardzo szybko zbierając swoje naznaczone cierpieniem żniwa wszędzie, gdzie się pojawi. W Polsce epidemia jest na swoim początkowym etapie, ale obserwacje i doświadczenia z krajów takich jak Chiny, Iran, a teraz Włochy - nie napawają optymizmem. Musimy liczyć się z dużymi ograniczeniami w naszym codziennym życiu, które są i będą wprowadzane w kolejnych dniach dla zwiększenia poziomu naszego bezpieczeństwa, ale przede wszystkim zmniejszenia tempa rozwoju coronawirusa. Musimy zachowywać się bardzo odpowiedzialnie, gdyż cena za nieroztropne zachowania może być duża. O tym co robić i jak postępować w obliczu zagrożenia opowiada wiele źródeł, zarówno w środkach masowego przekazu jak i lokalnie, wszędzie tam, gdzie przebywamy. Również w naszej firmie zostały wprowadzone niezbędne procedury prewencyjne. Oczywiście żadne procedury nie dadzą nam gwarancji, że wirus nie pojawi się gdzieś blisko, wśród nas. Należy założyć i przygotować się, że tak się stanie. Analizując dostępne ogólnie dane, wydaje się, że przed nami szczyt rozwoju epidemii za jakieś dwa-cztery tygodnie. Następnie powinna nastąpić stabilizacja i gdzieś pod koniec kwietnia, na początku maja sytuacja powinna zacząć ulegać widocznej poprawie.

Ten okres będzie najtrudniejszy. Mam nadzieję, że uda nam się przejść przez ten czas bez większych, negatywnych skutków, czego wszystkim Pracownikom Spółki, Akcjonariuszom i czytelnikom naszego raportu, Państwa Rodzinom i bliskim życzę dzisiaj najbardziej.

Mam również nadzieję, że nasza Firma, nasze fabryki, dzięki naszej odpowiedzialności zachowają w tym okresie płynność działalności operacyjnej. Nawet jeśli będziemy musieli pracować bez pełnego dostępu do zasobów Spółki. W tym zakresie liczę na Państwa współpracę i zachęcam do aktywnego kontaktu z Zarządem Spółki, wszędzie tam, gdzie jest możliwość lepszego się zorganizowania.

Oddajemy w Państwa ręce raport za rok 2019. Rok o stabilnych przychodach i wyrównanej historycznie rentowności naszej działalności. Ale też czas, kiedy podjęliśmy dużo nowych wyzwań związanych z naszym portfelem produktów, inwestycjami i szeroko zakrojonymi działaniami komunikacyjnymi i reklamowymi. Przypomnę chociażby wprowadzenie Królewskiego Mleczka, inaczej zdefiniowanego produktu ze znanej kategorii, który doskonale przyjmuje się na rynku osiągając coraz większy i już istotny dla Spółki poziom dystrybucji. Oprócz doskonałej receptury, Królewskie Mleczko dysponuje świetnie zaprojektowanym opakowaniem, spotykając się z dużym uznaniem naszych klientów. Zrealizowane z kolei w naszym zakładzie nr 1 inwestycje w obszarze produkcji kuwertur, a więc naszych czekolad, również tych do oblewania naszych pralin przesunęły poprzeczkę jakościową o kilka poziomów wyżej. Inwestycje tego typu nie są widoczne w postaci nowych produktów, piszę o nich jednak, żeby pokazać sposób podejścia pracowników i kadry zarządzającej do jakości, troski o najwyższe standardy jakościowe, jakie charakteryzują markę Wawel. Dbamy o nią w firmie wszyscy, widząc jej perspektywę znacznie dalej niż sięgają nasze wyobrażenia o długości pracy w firmie.

I wreszcie komunikacja i reklama. Tu osiągnęliśmy znaczne efekty jeśli chodzi o podstawowe parametry charakteryzujące skuteczność reklamy, jej oglądalność, zasięg itd. Jesteśmy szczególnie usatysfakcjonowani z nawiązania bardzo szerokich, bezpośrednich interakcji z naszymi klientami

poprzez uczestnictwo w wielu wydarzeniach odbywających się lokalnie w całej Polsce, również z wykorzystaniem naszego „Wawel Truck”. Zrealizowanych zostało ponadto wiele kampanii digitalowych, które przesuwają nasze budżety do tego obszaru, co jest nieuchronne również w kolejnych latach. Dużo się nauczyliśmy i wyciągnęliśmy wnioski na przyszłość, budując konkretne podstawy dla zwiększenia efektywności naszej reklamy w przyszłości.

Nie wszystko się udało. Przede wszystkim po stronie przychodów. Trudny początek roku, mimo dużych aktywności w kolejnych okresach, nie został „przykryty” odpowiednią, oczekiwaną przez Zarząd wielkością sprzedaży. Przyczyn jest wiele. Przede wszystkim te natury obiektywnej, o których pisałem w poprzednich raportach i które będą niestety jeszcze przez jakiś czas aktualne, jak chociażby całkowity zakaz handlu w dni wolne od pracy, zmiany struktury handlu detalicznego i tu w szczególności problemy sklepów wielkopowierzchniowych.

Na poziomie wydatków z kolei widoczne są znaczne wzrosty po stronie kosztów sprzedaży, które spowodowane były podjęciem wielu działań bezpośrednio z naszymi dystrybutorami i sklepami, aktywności niezbędnych dla poprawy dystrybucji numerycznej. Udział podwyższonych kosztów sprzedaży i komunikacji z otoczeniem Spółki w odniesieniu do przychodów będzie w bieżącym roku ograniczany.

Wyzwaniem dla Spółki są obecnie koszty wytworzenia produktów, a więc surowce, opakowania i w szczególności koszty pracy. Zrealizowane w ostatnich kwartałach podwyżki płac wraz ze wzrastającymi kosztami materiałowymi, kosztami mediów, wymuszają podwyżki cen naszych produktów, których wdrożenie w tak trudnym otoczeniu jest procesem rozłożonym w czasie. Robimy jednak wszystko, aby utrzymać podstawowe wskaźniki efektywności działania Spółki na wysokim, właściwym dla ostatnich lat poziomie.

Wszystkim Pracownikom Spółki bardzo dziękuję za kolejny, udany rok. Należy podkreślić, że mimo wielu przeciwności marka Wawel dość łagodnie została przeprowadzona przez trudny okres zmian w jej otoczeniu.

Zrealizowane wyniki pozwolą również Zarządowi, po raz kolejny, rekomendować wypłatę dywidendy.

W imieniu Zarządu serdecznie dziękuję za współpracę naszym Pracownikom, Radzie Nadzorczej i Akcjonariuszom.

Z wyrazami szacunku

Dariusz Orłowski

Prezes Zarządu

