

Szanowni Akcjonariusze,

W imieniu Zarządu Zakładów Tłuszczowych „Kruszwica” S.A. przedkładam Państwu roczne sprawozdanie finansowe ZT „Kruszwica” S.A. (Spółka) za okres 12 miesięcy, zakończonych 31 grudnia 2019 roku.

Z przyjemnością pragnę poinformować, że zysk netto osiągnięty przez Spółkę w 2019 roku wyniósł 106,9 mln zł i jest o 9 mln zł wyższy niż w roku poprzednim, dając zwrot na kapitale na poziomie 14.6 procent.

W 2019 roku mieliśmy do czynienia z kilkoma pozytywnymi czynnikami, które stworzyły możliwości osiągnięcia zadowalających wyników finansowych w segmencie Agri.

W pierwszej połowie roku, czyli pod koniec cyklu rolniczego 2018, na rynku polskim miała miejsce wyższa niż oczekiwana podaż nasion rzepaku. Sytuacja ta wynikała z lepszych niż pierwotnie zakładano plonów nasion rzepaku w cyklu rolniczym 2018. W obliczu niższych zbiorów, jeszcze w 2018 roku, Spółka podjęła działania mające na celu zabezpieczenie dostaw nasion z importu. W efekcie tych dwóch czynników, w pierwszej połowie roku 2019 Spółka osiągnęła znacznie lepsze marże na przerobie nasion rzepaku oraz w pełni wykorzystwała dostępne moce przerobowe.

W drugiej połowie 2019 roku, wraz z rozpoczęciem nowych zbiorów, podaż nasion jak zawsze w tym okresie była na wysokim poziomie. Jednocześnie, jako skutek stosunkowo niższych zbiorów w zachodniej Europie i wysokich cenach ropy naftowej, można było odczuć zwiększone zapotrzebowanie na olej rzepakowy do produkcji biopaliw na rynku europejskim. Stworzyło to sprzyjające warunki dla wzrostu cen oleju rzepakowego, konsekwencją czego było pozytywne wsparcie dla marż na przerobie rzepaku.

W efekcie powyższych czynników Spółka zakończyła 2019 rok osiągając kolejny rekord wielkości przerobu nasion rzepaku w obu zakładach produkcyjnych, realizując zadowalające marże w segmencie Agri zarówno w pierwszej jak i drugiej połowie roku.

Rekordowy poziom przerobu nasion rzepaku mogliśmy osiągnąć dzięki wysokiej niezawodności linii produkcyjnych. W żadnym z zakładów produkcyjnych nie mieliśmy do czynienia z istotnymi, nieplanowanymi przestojami w produkcji.

W 2019 roku Spółka również z sukcesem prowadziła działania w celu maksymalizacji sprzedaży śruty rzepakowej na bardziej atrakcyjny rynek lokalny, kosztem zmniejszenia sprzedaży na rynki eksportowe.

W efekcie podjętych działań, przy znacznym wzroście łącznego wolumenu sprzedaży śruty (+45 tys. ton), sprzedaż eksportowa wzrosła jedynie o 2 tys. ton. Sprzedając relatywnie mniejsze ilości na eksport, Spółka mogła również selektywnie wybierać docelowe rynki maksymalizując realizowane marże.

Negatywnym czynnikiem mającym wpływ na rentowność Spółki, szczególnie w segmencie Agri, były znacząco wyższe ceny nośników energii w kraju. Niestety, w takich sytuacjach Spółka ma bardzo małą możliwość kompensowania wzrostu kosztów produkcji wzrostem cen sprzedaży swoich produktów, gdyż ceny sprzedaży determinowane są przez światowe notowania cen surowców.

W rezultacie, segment Agri wypracował zysk operacyjny na poziomie 78,4 mln zł., tj. o 27,3 mln więcej w stosunku do roku poprzedniego. Osiągnięty zwrot na aktywach netto segmentu Agri wyniósł 14.8% i był o 2,7 punktów procentowych wyższy niż w roku poprzednim.

Odmienna sytuacja miała miejsce w segmencie Food. W 2019 roku zysk operacyjny segmentu spadł do poziomu 58,3 mln zł, tj. o 13.6 mln zł mniej w stosunku do roku poprzedniego. W konsekwencji, zwrot na aktywach netto segmentu Food wyniósł 17,2%, tj. o 1,3% punktu procentowego poniżej wartości za poprzedni rok.

W 2019 roku Spółka sprzedała ogółem 112 tys. ton olejów konfekcjonowanych, 6% mniej niż w roku 2018. Wartość sprzedaży olejów konfekcjonowanych wyniosła 551 mln zł i była niższa o 3% w stosunku do roku ubiegłego. Spadek sprzedaży olejów konfekcjonowanych był spowodowany wzrostem cen produktów Spółki w reakcji na wzrost cen oleju rzepakowego na rynkach światowych. W konsekwencji, wolumenowy udział produktów Spółki w rynku olejów obniżył się o 2,5 punkty procentowe w porównaniu do roku 2018, osiągając poziom 35,4%

Rok 2019 był kolejnym z rzędu, w którym znacząco skurczyła się wielkość i wartość rynku margaryn i miksów konsumenckich. W tym okresie Spółka sprzedała ponad 60 tys. ton margaryn, 15% procent mniej jak rok wcześniej. Udział ilościowy Spółki w rynku margaryn konsumenckich na koniec roku 2019 roku wyniósł 27,9%, i utrzymuje się na podobnym poziomie jak w roku poprzednim.

Główną przyczyną spadku sprzedaży margaryn konsumenckich jest kurczenie się rynku margaryn i miksów roślinnych, w tym istotny spadek znaczenia marek prywatnych. Powodem takiego stanu są przede wszystkim zachodzące zmiany preferencji konsumenckich. Istotnym czynnikiem jest również cena alternatywnego produktu jakim jest masło, którego ceny w 2019 roku były znacząco niższe w porównaniu do cen w poprzednich latach.

W roku 2019 Spółka dostarczyła na rynek 64,6 tys. ton margaryn i tłuszczów dla profesjonalnych odbiorców i był to wynik o 3% niższy w porównaniu z rokiem ubiegłym. Od kilku lat Spółka obserwuje spadkowy trend sprzedaży produktów dedykowanych dla zakładów rzemieślniczych na korzyść produktów stosowanych w produkcji przemysłowej. W konsekwencji, sprzedaż margaryn profesjonalnych Spółki spadła o 11% w stosunku do roku poprzedniego przy równoczesnym wzroście sprzedaży tłuszczów profesjonalnych o 3%. Równocześnie, średnie ceny sprzedaży produktów profesjonalnych uległy obniżeniu w konsekwencji niższych cen oleju palmowego, stanowiącego główny komponent tłuszczów profesjonalnych.

W omawianym okresie Spółka prowadziła projekty badawczo-rozwojowe ukierunkowane na tworzenie nowych produktów jak i modyfikacje istniejących. Portfel projektów badawczo-rozwojowych w 2019 roku obejmował 52 projekty.

W segmencie produktów konsumenckich prace rozwojowe dotyczyły między innymi wprowadzenia naturalnych aromatów dla olejów Kujawski z ziołami, wprowadzenia nowych wariantów olejów tłoczonych na zimno, ulepszenia istniejących produktów portfela margarynowego jak i olejowego. Ponadto, Spółka we współpracy z podwykonawcą stworzyła i wprowadziła do sprzedaży nowe warianty past Wawrzyniec oraz pasty w nowym opakowaniu.

W segmencie produktów dla przemysłu, Spółka prowadziła projekty w zakresie tworzenia optymalnych receptur, ukierunkowanych na produkty niskotransowe, nieuwodornione, niepalmowe oraz tzw. "Clean label". W zakresie badań i rozwoju Spółka również współpracowała z kluczowymi klientami, udzielając wsparcia technicznego i technologicznego.

Nadmienię również, że wzorem lat ubiegłych, w 2019 roku w ramach bieżącej działalności Spółka współpracowała z zewnętrznymi jednostkami badawczymi, m.in. z: Instytutem Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego Oddział Przetwórstwa Tłuszczów Warszawa oraz Politechniką Gdańską, Uniwersytetem Mikołaja Kopernika w Toruniu.

W omawianym roku Spółka kontynuowała działania mające na celu wspieranie lokalnych społeczności. Współpracujemy z lokalnymi organizacjami samorządowymi, wspierając działania na rzecz dzieci i młodzieży oraz promowania zdrowego i bezpiecznego stylu życia. W 2019 roku udzieliliśmy pomoc finansową dla Nadgoplańskiego Wodnego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego, przeznaczoną na zakup specjalistycznego sprzętu ratowniczego. Spółka regularnie przekazuje część swoich produktów do Banków Żywności. W 2019 roku Spółka przekazała do Banków Żywności ponad 61 ton produktów, o 17 ton więcej niż w roku poprzednim. Kontynuowaliśmy program wolontariatu pracowniczego „Działam lokalnie” w ramach którego pracownicy zgłaszali inicjatywy działań na rzecz społeczności lokalnych, spośród których najciekawsze inicjatywy były realizowane przez naszych pracowników, z wykorzystaniem rzeczowego i finansowego wsparcia Spółki. W 2019 roku dofinansowanie otrzymały m.in. projekty wyposażenia przedszkolnego placu zabaw, wsparcia dla telefonu zaufania, czy pomocy schronisku dla zwierząt.

Wyjątkowo trudnym wydaje się obecnie prognozowanie sytuacji z którą Spółka będzie miała do czynienia w 2020 roku. Jesteśmy na początku pandemii koronowirusa SARS-Cov-2 i już dzisiaj wiemy, że będzie to miało szereg średnio i długoterminowych konsekwencji dla światowej gospodarki. Trudno jest przewidzieć jak będzie wyglądać sytuacja ekonomiczna za kilka miesięcy, a więc wtedy, gdy oczekiwane jest opanowanie pandemii. W pierwszej połowie roku oczekujemy wzrostu popytu na produkty konsumenckie, przy równoczesnym spadku wolumenu sprzedaży produktów profesjonalnych, przeznaczonych dla kanału HoReCa i wytwórców rzemieślniczych. Nie można wykluczyć trudności z utrzymaniem pełnej sprawności łańcuchów logistycznych po stronie zakupu materiałów i surowców, pochodzących w dużej części z importu. Jednak w dłuższej perspektywie, kierując się doświadczeniami sytuacji wywołanej kryzysem w 2008 roku, można zakładać, że nie powinniśmy spodziewać się istotnych zmian w poziomie konsumpcji podstawowych produktów spożywczych, jakimi są oleje i margaryny konsumenckie. Istotne zaburzenia natomiast mogą wystąpić na rynkach surowcowych, szczególnie w okresie żniw w 2020. Może to mieć negatywne konsekwencje dla realizowanych przez

Spółkę marż. Trudno jest również określić na jakim poziomie utrzyma się konsumpcja i ceny paliw, które istotnie wpływają na rentowność segmentu Agri.

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 Spółki, a konsumentom za lojalność wobec marki jaką jest „Kruszwica” i jej produkty.

Prezes Zarządu

Wojciech Jachimczyk