

## **Pismo Prezesa Zarządu Pamapol S.A.**

W 2009 rok Spółka Pamapol S.A. wstępowała w bardzo trudnej sytuacji. Po 'ciężkim' 2008 roku, w którym Spółka wygenerowała negatywny wynik finansowy zmuszona była pokonać dodatkowo trudności wynikające z kryzysu na rynkach finansowych oraz stale rosnących cen surowców produkcyjnych.

Przyjęta przez Zarząd Spółki strategia działalności na 2009 rok polegająca na rozwoju sprzedaży w przedziale 15%-20% poprzez reorganizację działów sprzedażowych i zmianę polityki marketingowej, utrzymaniu na pozycji lidera w segmencie „dań gotowych” oraz na optymalizacji struktury finansowania została w pełni zrealizowana. Spółka w 2009 roku zwiększyła znacząco sprzedaż we wszystkich kanałach dystrybucji. Sprzedaż podstawowego asortymentu (dań gotowych) Spółki wzrosła w 2009 roku o 12 % i wyniosła 70.119 tys. zł. Spółka utrzymała w sprzedaży „dań gotowych” pozycję lidera rynkowego w ujęciu ilościowym, zwiększyło się również pokrycie numeryczne, czyli procentowa obecność w punktach sprzedaży. Ponadto w pozostałych grupach asortymentowych odnotowano zdecydowane przyrosty sprzedaży.

Przychody ze sprzedaży w 2009 roku wyniosły 139.009 tys. zł i wzrosły stosunku do 2008 roku o 30.258 tys. zł, czyli o 28%. W 2009 roku Spółka wypracowała zysk netto w wysokości ponad 654 tys. zł, gdzie wynik netto Spółki za rok ubiegły wynosił minus 8.997 tys. zł. Wynik finansowy za 2009 rok świadczy o 'pokonaniu' najtrudniejszego okresu (2008 roku) w historii Spółki Pamapol S.A. i o stopniowej poprawie jej kondycji finansowej. W 2009 roku Spółka jednak nadal działała w niekorzystnych dla siebie warunkach zewnętrznych, co przełożyło się na pogorszenie zyskowności sprzedaży. Marża brutto na sprzedaży w 2009 roku wyniosła 18%, w 2008 wyniosła 24%. Marża netto na sprzedaży w 2009 roku osiągnęła wartości ujemne minus 1,3%, gdzie w 2008 roku wynosiła 2,9%. Na duży spadek marży na sprzedaży miała wpływ utrzymująca się tendencja wzrostu cen surowców produkcyjnych, głównie surowca mięsnego, opakowań (słoiki, zakrętki, puszki), jak również warzyw. Najsilniej na sytuację finansową Spółki wpłynęły wysokie koszty produkcji – surowce, energia, transport.

Do najistotniejszych sukcesów osiągniętych przez Spółkę Pamapol S.A. w 2009 roku należy zaliczyć:

1. Przeprowadzenie restrukturyzacji działów sprzedażowych oraz zmianę polityki marketingowej, dzięki której Spółka odnotowała w 2009 roku 28-procentowy wzrost sprzedaży
2. Realizacja kontraktu na rzecz Agencji Rynku Rolnego o łącznej wartości 9,11 mln zł wraz z kosztami transportu.
3. Poprawa zarządzania majątkiem obrotowym, na koniec grudnia okres rotacji majątku obrotowego wyniósł 157 dni, a na koniec grudnia 2008 roku 181 dni.
4. Ograniczenie poziomu zadłużenia – saldo kredytów i pożyczek na dzień 31 grudnia 2009 roku wyniosło (krótko- i długoterminowe) 42.519 tys. zł, gdzie na dzień 31 grudnia 2008 roku wyniosło 50.453 tys. zł

Strategia działania Spółki Pamapol S.A. na 2010 rok zakłada:

1. utrzymanie tempa sprzedaży na poziomie około 20%

2. rozwój portfela produktów i wprowadzenie nowych produktów na rynek krajowy,
3. wzrost pokrycia numerycznego, poprzez rozwój sieci sprzedaży w kraju i za granicą,
4. uzyskanie przewagi kosztowej,
5. osiągnięcie rentowności EBITDA na poziomie nie niższym niż 7,5 %,
6. powrót na drogę konsolidacji w sektorze przetwórstwa spożywczego
7. dokończenie procesu integracji i restrukturyzacji operacyjnej w Spółkach obecnie wchodzących w skład Grupy Pamapol
8. uproszczenie struktury Grupy Kapitałowej Pamapol
9. optymalne wykorzystanie mocy produkcyjnych

Poniższa tabela zawiera podstawowe wskaźniki finansowe. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno- finansowych zawarte zostało w sprawozdaniu finansowym.

L.p.	Wskaźnik	Opis	2008-12-31	2009-12-31
1	Trwałość struktury finansowania majątku	(Kapitały własne + Rezerwy dł.+ Zobowiązania dł.)/Sumę bilansową	78,6%	72,7%
2	Obciążenie majątku zobowiązaniami w %	(Suma bilansowa - Kapitał własny)/Sumę bilansową	41,7%	42,1%
3	Płynność finansowa bieżąca	Aktywa operacyjne / Zobowiązania krótkoterminowe	1,34	1,11
4	Płynność finansowa szybka	(Aktywa operacyjne - zapasy)/zobowiązania krótkoterminowe	0,93	0,74
5	Cykl rotacji zapasów w dniach	(Stan zapasów * 365 dni)/(Wartość sprzed. towarów i materiałów + Koszt własny sprzedaży)	76	65
6	Cykl rotacji należności w dniach	(Stan należności handlowych + Odpisy aktualizujące należności) * 365/sprzedaż netto	105	91
7	Okres płacenia zobowiązań w dniach	(Stan zobowiązań z tytułu dostaw i usług * 365 dni)/Koszt własny sprzedanych produktów + Amortyzacja	72	98
8	Rentowność majątku	Zysk netto/Sumę bilansową	-4,3%	0,3%
9	Rentowność brutto sprzedaży	Wynik brutto ze sprzedaży/ Przychody ze sprzedaży	24,2%	18,0%
10	Rentowność kapitał własnego	Zysk netto/ Kapitały własne na koniec poprzedniego roku obrotowego	-6,9%	0,5%

Krzysztof Półgrabia

Prezes Zarządu