

Droscy Akcjonariusze!

Pisząc do Was w ubiegłym roku, deklarowałem zmianę kierunku prac naszej Grupy Kapitałowej. Obiecałem dużą koncentrację na przywróceniu zyskowności naszej działalności oraz na odkrywaniu wartości. Tak też się stało. W roku 2020 wstrzymaliśmy wiele projektów prorozwojowych, zrobiliśmy przegląd oferty rynkowej. Oceniliśmy asortyment oferowanych produktów, realizowane kontrakty. Spojrzeliśmy też gdzie spoczywają nasze siły, gdzie Grupa Otmuchów posiada przewagę. Pozwoliło nam to wytyczyć kierunki, w których chcemy się rozwijać.

Z drugiej strony, pracowaliśmy bardzo intensywnie nad optymalizacją naszych procesów. Przeprowadziliśmy zmiany w organizacji, wdrożyliśmy nowe rozwiązania. Te działania mocno wpłynęły na poprawę naszej rentowności.

Dziś mogę powiedzieć, że mimo wielu przeciwności, w tym wielkiego Czarnego Łabędzia w postaci pandemii COVID-19, udało nam się osiągnąć zakładane na rok 2020 cele. Mimo wycofania z oferty części asortymentu, rezygnacji z niektórych kontraktów, czy dużym problemem ze zbytem towarów, którego doświadczyliśmy w związku z lock-down przed Wielkanocą w roku 2020, wygenerowaliśmy sprzedaż ponad 230 mln zł, co stanowi wzrost o prawie 20 mln zł w stosunku do roku poprzedniego. Słodycze zwyczajowo spotykają się z dużym popytem konsumentów przed świętami Wielkanocnymi i Bożonarodzeniowymi. W ubiegłym roku mocno odczuliśmy zamknięcie sklepów.

Nasza intensywna praca nad podniesieniem efektywności oraz optymalizacji operacyjnej przyniosła wymierne efekty. Z każdym miesiącem, kwartałem nasze wskaźniki ulegały poprawie. Udało nam się osiągnąć EBITDA w wysokości 12,9 mln zł wobec straty 2,3 mln zł w roku 2019, a całkowity dochód netto zbliżył się do zera (wyniósł -1,899 tys. zł) wobec prawie dwudziestomilionowej straty w roku 2019. W samym tylko Q4 udało nam się wygenerować zysk netto na poziomie ponad 2,6 mln zł.

Ale to nie koniec. Mamy już dziś zidentyfikowane kolejne działania, które powinny przełożyć się na dalszą poprawę rentowności w kolejnych okresach.

Dużym utrudnieniem, z którym mieliśmy do czynienia w ubiegłym roku, było też zarządzanie płynnością. Niepewność, w której wszystkie biznesy musiały funkcjonować w związku z pandemią, odbiła się na konieczności dokonywania dużej liczby zakupów u naszych dostawców bez terminu płatności. W tej trudnej sytuacji wsparli nas niektórzy z naszych klientów, instytucji

finansowych czy też organy administracji. Dostrzegamy jednak, że sytuacja powoli wraca do normy i mamy nadzieję na powrót do standardów rozliczeń jakie funkcjonowały wcześniej.

Mysząc o długoterminowym sukcesie firmy, trudno jednak nie planować działań rozwojowych. Dziś możemy już sobie na nie pozwolić. Przez cały rok, równoległe z pracami optymalizacyjnymi, pracowaliśmy nad nową strategią dla Grupy. O jej przyjęciu komunikowaliśmy na początku tego roku.

Rok 2020, który był rokiem powrotu do rentowności pozwolił nam na ograniczone wydatki inwestycyjne. Łącznie na nowe środki trwałe i na inwestycje odtworzeniowe wydaliśmy zaledwie około 6 mln zł. Nowa strategia jest jednak bardzo ambitna i zakłada znaczne wydatki na inwestycje. Tylko w tym roku planujemy w tym celu wydać 44,5 mln zł. Będą to inwestycje zwiększające nasze moce produkcyjne, ale też umożliwiające nam zaoferowanie klientom nowych produktów, czy nowe formy pakowania. Nasza strategia opiera się na rozwoju obecnych obszarów i kompetencji, jak również strategii dla naszych marek mającej na celu na wzmocnienie naszej flagowej marki Odry i budowy silnego FreeYu. Bardzo ważne jest dla nas prowadzenie działalności badawczo-rozwojowej. Kontynuujemy projekt Sweet Dreams, który współfinansowany jest przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, planujemy też utworzenie nowoczesnego centrum badawczo-rozwojowego.

Rok pandemiczny narzucił dużo zmian w sposobie naszej pracy, kontaktów. Nauczyliśmy się jak ważne dla sprawnego funkcjonowania naszej organizacji jest stworzenie miejsca pracy, w którym chce się przebywać i pracować. Stawiamy na różnorodność i wyrównywanie szans, w szczególności stawiamy na kobiety, które stanowią 63% naszych pracowników. Kobiety są dyrektorkami większości kluczowych dla naszego rozwoju obszarów. Prawie 70% pracowników na stanowiskach kierowniczych to panie. Kierują produkcją i działami wspierającymi. Są to młode mamy, które po okresie opieki nad swoimi pociechami, wracają do pracy. To między innymi one dbają o jakość produktów i zapewniają, że nasze batony, żelki, chałwy są nie tylko smaczne, ale również bezpieczne dla naszych klientów.

Stawiamy nie tylko na równowagę płci, ale też eliminujemy bariery wiekowe. Zatrudniamy młodych pracowników, którzy uczą nas obycia z nowymi technologiami, jak i dojrzałych, doświadczonych ekspertów, którzy dzielą się swoją wiedzą z innymi. 30% z zatrudnionych pracowników to osoby 50+. Dodatkowo, na co dzień wspieramy osoby z lokalnego Towarzystwa Pomocy im. św. Brata Alberta, który niesie pomoc osobom bezdomnym i ubogim. Poprzez zaangażowanie ich do prac w naszych zakładach produkcyjnych, osoby z Towarzystwa Pomocy nie czują się wykluczone. Wspieramy także dużo inicjatyw społecznych, czy sportowych. Staramy się jednak koncentrować na naszym środowisku lokalnym. Tutaj, skąd pochodzimy, gdzie prowadzimy swoją działalność. Zwłaszcza teraz potrzeba nam przywiązania do tradycji i do lokalności.

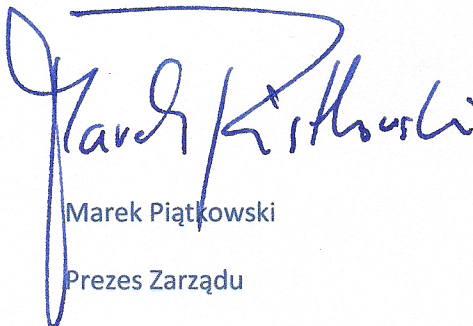
Nasz zespół dba nie tylko o produkcję jak najlepszych produktów, które kochają nasi konsumenci, ale także o znakomite relacje z naszymi klientami. W 2020 pracowaliśmy z największymi graczami handlowymi na rynku zarówno FMCG jak i farmacji, produkując dla nich wysokiej jakości produkty, które zyskują silne pozycje na rynku. Jesteśmy postrzegani na rynku jako

wiarygodny, stabilny podmiot, który rozumie potrzeby kontrahentów, ale potrafi także wyjść poza znane granice i inicjować projekty, które są pionierskie na rynku.

Wkraczamy w rok 2021 z naszymi nowymi super mocami. Mamy nową misję, która mówi, że z pasją tworzymy wyjątkowe produkty, które umilają codzienne chwile. Mamy wizję, która wytycza nam cel: chcemy być w każdym domu (z naszymi produktami). Wszystko to osiągniemy dzięki naszym wartościom POP: pasji, odwadze i partnerstwie. W roku 2020 nasz Zespół udowodnił, że jest wierny tym wartościom i całkowicie je reprezentuje za co należą się naszym Pracownikom słowa uznania.

Nade wszystko pragnę podziękować naszym Akcjonariuszom za zaufanie i wsparcie w realizacji naszych celów. Droga do urzeczywistnienia opracowanej strategii właśnie się rozpoczęła, a my zrobimy wszystko, aby ją wdrożyć i osiągnąć sukces rynkowy i finansowy, co przełoży się na satysfakcję i zyski za współpracy z nami.

Z wyrazami szacunku,



Marek Piątkowski
Prezes Zarządu