

Szanowni Państwo!

Po raz kolejny z dużą satysfakcją przekazuję Państwu sprawozdanie finansowe Spółki Tarczyński za rok 2018. Konsekwentnie realizujemy naszą strategię i będziemy kontynuować działania, które pozwolą nam na utrzymanie pozycji lidera rynkowego w segmencie kabanosa. Przychody ze sprzedaży Grupy Kapitałowej wzrosły o 3,8% w stosunku do roku poprzedniego i wyniosły ponad 760 mln zł. Po roku 2017, w którym z naszego portfolio usunęliśmy ponad 200 indeksów sprzedażowych, w roku 2018 odbudowaliśmy tę sprzedaż w ramach naszych kluczowych grup asortymentowych.

W roku 2018 koncentrowaliśmy się na dalszej specjalizacji i budowaniu efektywności organizacji. Osiągnęliśmy w tym okresie nadwyżkę EBITDA na poziomie przekraczającym 73 mln zł, co daje roczną dynamikę w wysokości 12% i rekordowy poziom rentowności 9,6% w odniesieniu do wielkości sprzedaży. Wypracowaliśmy w roku 2018 zysk netto w kwocie 25,7 mln zł, co daje ponad 9% rocznego przyrostu i rentowność na poziomie 3,4% w odniesieniu do wielkości sprzedaży. Zysk przypadający na jedną akcję wyniósł za 2018 rok 2,26 zł.

Niezmiennie produkcja mięsnych produktów premium wiąże się z dużym uzależnieniem od cen surowca mięsnego, który stanowi ponad 60% kosztów wytworzenia. Rok 2018 to w tym obszarze rok stosunkowo spokojny, bez niespodziewanych zawirowań.

Zgodnie z deklaracją złożoną Państwu w moim wystąpieniu do Akcjonariuszy na początku roku 2018, istotnie zwiększyliśmy swoją aktywność w zakresie wydatków na marketing, badania i rozwój, a także związanych z rozwojem zasobów ludzkich. Utrzymanie statusu lidera i innowatora generuje konieczność ponoszenia istotnych wydatków inwestycyjnych. Rok 2018 to rok znacznych nakładów na inwestycje rzeczowe, które w kolejnych okresach będziemy kontynuować, aby w przyszłości zaspokajać zmieniające się potrzeby naszych Klientów, ale również potwierdzać fakt wiodącego innowatora na rynku przekąsek mięsnych.

W historii naszej firmy cały czas koncentrowaliśmy się na dostarczaniu klientom wysokiej jakości produktów, ale też na ciągłych innowacjach. Te elementy strategii pozostają niezmiennie. Niezmiennie pozostaje też dbanie o budowę wartości naszej marki. Dziś widzimy w niezależnych badaniach, że jej rozpoznawalność należy do najwyższych w branży. Nadal będziemy pracować nad wzrostem wartości marki oraz jej rozpoznawalnością w Polsce, a także poza jej granicami.

Jacek Tarczyński
Prezes Zarządu Tarczyński S.A.