

## Szanowni Państwo!

Z dużą satysfakcją przekazuję Państwu sprawozdanie finansowe Grupy Tarczyński za rok 2017. Był to kolejny rok osiągania rekordów i wyznaczania nowych poziomów, stymulujących Grupę do jeszcze bardziej wytężonej pracy. Przychody ze sprzedaży wzrosły o 13,1% w stosunku do roku poprzedniego i wyniosły prawie 733 mln zł. Ten dynamiczny wzrost sprzedaży osiągnęliśmy dzięki przemyślanej strategii i skutecznym działaniom sprzedażowym. Pamiętając, że rynek przetwórstwa mięsnego jest rynkiem, na którym panuje stagnacja, nasza koncentracja na produktach premium oraz elastyczność we współpracy z odbiorcami procentuje wzrostami sprzedaży. Dlatego nie zamierzamy zmieniać naszej strategii w tym obszarze i będziemy kontynuować działania, które pozwolą nam na utrzymanie pozycji lidera rynkowego w segmencie kabanosa.

Rok 2017 był jednak też bardzo trudnym rokiem. Zawirowania na rynku surowca mięsnego bardzo mocno utrudniały nam bieżącą działalność. Produkcja mięsnych produktów premium wiąże się z dużym uzależnieniem od cen surowca mięsnego – stanowi on ponad 60% kosztów wytworzenia. W roku 2017 ceny wieprzowiny, która jest dominująca w strukturze naszego zaopatrzenia, wzrosły w szczytowym momencie o około 25% w stosunku do roku poprzedniego. Mimo tak niesprzyjającego otoczenia, udało nam się osiągnąć przyzwoite wyniki finansowe głównie dzięki dwóm elementom: zakrojonemu na szeroką skalę programowi oszczędnościowemu oraz dalszemu przeglądowi naszej strategii i weryfikacji oferty. Niestety wdrożenie programu oszczędnościowego to także ograniczenie możliwości wzrostu w kolejnych latach. Dlatego w roku 2018 i kolejnych latach spodziewamy się znacznego wzrostu wydatków na marketing, badania i rozwój, a także związanych z rozwojem zasobów ludzkich. Rok 2018 to też rok znacznych wydatków na inwestycje rzeczowe.

Mimo niekorzystnej sytuacji na rynku surowcowym w ubiegłym roku, udało nam się wypracować zysk na poziomie EBITDA w wysokości prawie 65,5 mln zł. Daje to rentowność na poziomie prawie 9%. W tym samym czasie wypracowaliśmy zysk netto na poziomie 23,4 mln zł, co daje 2,07 zł na akcję.

W ponad dwudziestosiedmioletniej 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. To nam jednak nie wystarcza. Chcemy nadal pracować nad wzrostem wartości marki oraz jej rozpoznawalnością w Polsce, a także poza jej granicami. Mimo niesprzyjających warunków otoczenia, tak było w roku 2017 i tak mam nadzieję będzie w latach kolejnych.

**Jacek Tarczyński**

Prezes Zarządu Tarczyński S.A.