

Szanowni Akcjonariusze,

Po raz kolejny mam ogromną przyjemność przedstawić Państwu sprawozdanie z rocznej działalności spółki Stalprodukt S.A., a w nim m.in. wyniki finansowe, sytuację w poszczególnych segmentach produkcyjnych oraz postępy w realizacji kluczowych projektów inwestycyjnych.

Rok 2013 przyniósł niższe tempo rozwoju gospodarczego (wzrost PKB o 1,6 proc.), które było niewątpliwie odzwierciedleniem trudniejszej niż w roku 2012 sytuacji w poszczególnych branżach. Znaczące wydatki przeznaczane w poprzednich latach na realizację projektów infrastrukturalnych, głównie drogowych, zostały w roku ubiegłym w istotny sposób ograniczone. Nie pozostało to bez wpływu na sytuację takich branż, jak budownictwo, dla którego wartość dodana brutto spadła o 9 proc. w stosunku do roku 2012.

W przypadku Stalproduktu, pogorszenie sytuacji nastąpiło w obu podstawowych segmentach produkcyjnych, tj. blach elektrotechnicznych oraz profili giętych na zimno. W segmencie blach elektrotechnicznych spadek cen średnich o 18 proc. oraz wolumenów o 13,5 proc. spowodował zmniejszenie przychodów ze sprzedaży niemal o 30 proc. Przyczyną spadku wolumenów były utrzymujące się nadal niekorzystne warunki rynkowe, spowodowane przez zmniejszony popyt na blachy przy dużej ich podaży, wynikającej ze wzrostu światowych zdolności produkcyjnych w ostatnich latach. Drugim istotnym powodem zmniejszenia sprzedaży były skutki uboczne wdrażania nowej technologii produkcji blach transformatorowych (tzw. HiB), polegające na konieczności ograniczenia pracy niektórych linii produkcyjnych w związku z ich modernizacją.

W segmencie profili giętych i barier, obejmującym także centra serwisowe, Stalprodukt również zanotował ilościowy i wartościowy spadek sprzedaży, choć jego skala nie była tak duża, jak w przypadku blach transformatorowych. Przychody w tym segmencie produkcyjnym spadły o 23,8 proc., natomiast wolumen sprzedaży o 16,4 proc. Wśród przyczyn pogorszenia wyników należy wymienić: ostrą konkurencję w segmencie profili, skutkującą niemal 9-procentowym spadkiem cen, a w konsekwencji również spadkiem uzyskiwanych marż, wysoką nadwyżkę zdolności produkcyjnych operatorów centrów serwisowych, a także znacznie niższą, niż w roku 2012, sprzedażą w grupie produktowej barier drogowych. Zmniejszenie popytu na bariery nie było zaskakujące w kontekście sfinalizowania w 2012 r. wielu projektów autostradowych w związku z organizacją EURO 2012, a w rezultacie - redukcji nakładów na inwestycje w infrastrukturę w późniejszym okresie. Znaczący wzrost sprzedaży barier spodziewany jest w 2015 r., w związku z realizacją kolejnego etapu rządowego planu budowy sieci autostrad i dróg ekspresowych w Polsce.

Powyższe uwarunkowania miały decydujący wpływ na poziom przychodów Spółki i wyników na wszystkich poziomach rachunku zysków i strat. W roku 2013 przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów wyniosły 1 248,5 mln zł i były o 24,2 proc. niższe od uzyskanych w roku poprzednim. Zysk z działalności operacyjnej obniżył się o 81,3 proc, natomiast zysk netto o 85,3 proc. w porównaniu do roku 2012.

Należy zaznaczyć, iż największy wpływ na pogorszenie wyników Spółki miał segment blach elektrotechnicznych, w którym nastąpił znaczący spadek cen wynikający z globalnej sytuacji na tym rynku, a także zmniejszenie wolumenów z powodu realizowanego programu inwestycyjnego, co przełożyło się na znaczący spadek przychodów w tym segmencie. Były to

w dużym stopniu czynniki niezależne od Spółki. Dlatego Zarząd podejmował, z dobrym skutkiem, intensywne działania na rzecz obrony marż w drugim podstawowym segmencie produkcyjnym – profilu zimnogiętych.

W roku 2013 Stalprodukt kontynuował realizację jednego z najważniejszych projektów inwestycyjnych ostatnich lat – wdrożenia technologii produkcji blach HiB. Większość urządzeń została już zmodernizowana. Zakończenie całego przedsięwzięcia zaplanowane zostało na rok 2014. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż w II połowie roku 2013 rozpoczęły się już pierwsze próby z materiałem w wysokich gatunkach. Zakładamy, że opanowanie tej wymagającej technologii potrwa do końca 2014 r. Całe przedsięwzięcie jest kluczowe dla budowy mocnej pozycji konkurencyjnej Spółki w tym segmencie. Ma to szczególnie istotne znaczenie w kontekście trudnej sytuacji na rynku blach, cechującej się dużą nierównowagą w zakresie popytu i podaży, zwłaszcza w odniesieniu do blach w gatunkach konwencjonalnych. Ponadto, widoczne od dłuższego czasu trendy wdrażania regulacji związanych z poprawą efektywności energetycznej przyczyniają się do wzrostu popytu na blachy o najwyższych parametrach magnetycznych, co dodatkowo utwierdza nas w przekonaniu o słuszności wybranej strategii rozwoju w tym segmencie produkcyjnym, mimo wysokich kosztów realizacji tego projektu.

W roku ubiegłym z dużym zaangażowaniem – wspólnie z Zarządem ZGH „Bolesław” S.A. - uczestniczyliśmy w procesie budowy strategii i planów rozwoju dla przejętej w grudniu 2012 roku spółki ZGH i całej grupy jej podmiotów zależnych. Celem jest optymalizacja i ograniczenie kosztów działalności segmentu cynku. Jednym z jej elementów było m.in. połączenie 3 spółek serwisowych ZGH. Budowanie strategii dla całej grupy spółek zajmujących się przede wszystkim produkcją cynku, ale także innych metali, to żmudny i długotrwały proces z uwagi na trudne warunki funkcjonowania tej branży, w tym wysokie koszty energii, konieczność likwidacji kopalni Olkusz-Pomorzany oraz zapewnienia nowej bazy surowcowej dla huty w Bukownie. Staramy się wspierać Zarząd ZGH w działaniach na rzecz ograniczenia wszelkich potencjalnych ryzyk i jak najefektywniejszego wykorzystania potencjału tego segmentu naszej działalności.

Przy korzystniejszych prognozach na najbliższy okres, zarówno dla rozwoju całej gospodarki, jak i sektora stalowego, rok 2014 powinien przynieść poprawę wyników Spółki, choć uwarunkowania związane z działalnością poszczególnych segmentów produkcyjnych, w tym utrzymująca się nadprodukcja, zaostrzająca się konkurencja, ograniczony popyt i tym samym niskie ceny, nie pozwolą w krótkim czasie na znaczący wzrost przychodów i dynamiczną poprawę marż. Mocna pozycja Spółki w segmencie profili i barier drogowych, wzmocnienie przewagi konkurencyjnej w segmencie blach elektrotechnicznych dzięki wdrożeniu nowych gatunków blach transformatorowych oraz dywersyfikacja źródeł zaopatrzenia wsadowego powinny sprzyjać realizacji pozytywnego scenariusza rozwoju Stalproduktu.

Piotr Janeczek
Prezes Zarządu - Dyrektor Generalny
Stalprodukt S.A.