



EXCELLENCE

Czat inwestorski Q&A

15.09.2025



www.excellence-sa.com

- Jakiek s s g l w n e w y n i k i w p l y w a j c e n a w z r o s t p r z y c h o d w w o s t a t n i c h k w a r t a l a c h ? – s t r . 3
- C z y s p o ł k a p l a n u j e w y p ł a t e d y w i d e n d y ? J e ż e l i n i e , t o d l a c z e g o ? – s t r . 3
- J a k i e s s p r o g n o z y d o t y c z a c e r e n t o w n o ś c i w n a d c h o d z a c y c h l a t a c h ? – s t r . 3
- J a k z a r z a d o c e n i a s t r u k t u r e a k t y w w i z o b o w i a z a n s p o ł k i ? – s t r . 3
- J a k i e s s k l u c z o w e c e l e s t r a t e g i c z n e s p o ł k i n a n a j b l i ż s z y o k r e s 3 - 5 l a t ? – s t r . 4
- C z y E x c e l l e n c e r o z w a ż a e k s p o r t z a g r a n i c z n ą ? J e ż e l i t a k , t o n a j a k i c h r y n k a c h ? – s t r . 4
- J a k i e d z i a ł a n i a p o d e j m u j e s p o ł k a w z a k r e s i e o c h r o n y ś r o d o w i s k a ? – s t r . 4
- C z y p l a n o w a n e s s n o w e Ź r ó d ł a f i n a n s o w a n i a l u b e m i s j e a k c j i ? – s t r . 5
- C z y s p o ł k a p l a n u j e p r z e j e c i a l u b f u z j e w n a j b l i ż s z y m c z a s i e ? – s t r . 5
- C z y E x c e l l e n c e S A p o s i a d a p o l i t y k e z r ó w n o w a ż o n e g o r o z w o j u ? – s t r . 5
- J a k i e s s c e l e w z a k r e s i e r e d u k c j i e m i s j i C O 2 ? – s t r . 5
- C z y s p o ł k a r a p o r t u j e z g o d n i e z w y t y c z n y m i E S G ? – s t r . 5
- J a k i e s s k r y t e r i a e f e k t y w n o ś c i z a r z a d u ? – s t r . 6
- C z y p l a n o w a n e s s z m i a n y w s t r u k t u r z e o r g a n i z a c y j n e j ? – s t r . 6
- J a k s p o ł k a d b a o r o z w ó j k o m p e t e n c j i p r a c o w n i k w ? – s t r . 6
- C z y s p o ł k a p o s i a d a p r o g r a m y m o t y w a c y j n e d l a k a d r y z a r z a d z a j a c e j ? – s t r . 6
- J a k i e s s n a j w i e k s z e r y z y k a r y n k o w e , k t w r e m o g a w p l y n a c n a d z i a ł a l n o ś c s p o ł k i ? – s t r . 6
- J a k s p o ł k a r e a g u j e n a z m i a n y r e g u l a c y j n e w b r a n Ź y ? – s t r . 7
- C z y z a r z a d p r z e w i d u j e w p l y w s y t u a c j i m a k r o e k o n o m i c z n e j , n p . i n f l a c j i c z y s t w p r o c e n t o w y c h n a w y n i k i f i n a n s o w e ? – s t r . 7
- C z y s p o ł k a p l a n u j e e k s p a n s j e z a g r a n i c z n ą z o b e c n y m p o r t f o l i o p r o d u k t w ? A j e ż e l i t a k , t o n a j a k i c h r y n k a c h i w j a k i m h o r y z o n c i e c z a s o w y m ? – s t r . 7
- C z y w z w i a z k u z n i e d a w n ą w i z y t ą z a r z a d u w C h i n a c h p l a n o w a n a j e s t m o d e r n i z a c j a l i n i i p r o d u k c y j n y c h ? J e ż e l i t a k , p r o s z e o p r z y b l i ż o n y h a r m o n o g r a m r e a l i z a c j i . – s t r . 7
- J a k i e b y ł y p o w o d y r e z y g n a c j i s p o ł k i z p r z e j ś c i a z N C n a G ł w n y P a r k i e t i c z y s p o ł k a z a m i e r z a p r z e j ś c n a G ł w n y P a r k i e t ? J e ś l i t a k , t o k i e d y ? – s t r . 7
- C z y n i e r u c h o m o ś c p o ł o ż o n a o b o k s i e d z i b y s p o ł k i (n i e z a b u d o w a n a d z i a ł k a p r z y d r o d z e , p o p r a w e j s t r o n i e s i e d z i b y) n a l e ż y d o s p o ł k i ? J e ś l i t a k , c z y i j a k i e i n w e s t y c j e p l a n u j e n a n i e j s p o ł k a ? – s t r . 7
- J a k i ś c z a s t e m u z o s t a ł z m i e n i o n y s t a t u t s p o ł k i r o z s z e r z a j a c y z a k r e s d z i a ł a l n o ś c i o w y r o b y a l k o h o l o w e . J a k i e p r o d u k t y w z w i a z k u z t y m s p o ł k a p l a n u j e w p r o w a d z i c n a r y n e k i w j a k i e j p e r s p e k t y w i e ? – s t r . 8
- C z y s p o ł k a p r o w a d z i o b e c n i e n e g o c j a c j e z P o l s k ą G r u p ą Z b r o j e n i o w ą ? J e ś l i t a k , c z e g o d o t y c z ą r o z m o w y ? – s t r . 8
- C z y z a r z a d p r z e w i d u j e d a l s z e r o z w o d n i e n i e a k c j i s p o ł k i w n a j b l i ż s z y m c z a s i e ? – s t r . 8
- C z y r o z w a ż a n y j e s t s k u p a k c j i w ł a s n y c h ? J e ś l i t a k , k i e d y p l a n o w a n e j e s t o g ł o s z e n i e p r o g r a m u s k u p u ? – s t r . 8
- C z y s p o ł k a p r o w a d z i r o z m o w y z i n w e s t o r a m i s t r a t e g i c z n y m i l u b b r a n Ź o w y m i ? J e ś l i t a k , n a j a k i m e t a p i e s s n e g o c j a c j e ? – s t r . 8
- C z y k a m p a n i e p r o m o c y j n e z i n f l u e n c e r a m i b e d ą k o n t y n u o w a n e ? A k c j a z m i l i 0 n e r k ą b y ł a w y j ą t k o w o u d a n a . – s t r . 8
- C z y s p o ł k a p l a n u j e d a l s z e d z i a ł a n i a r e k l a m o w e w t e l e w i z j i ? – s t r . 9
- C o d z i e j e s i e z l i n i ą p r o d u k t w p r o z d r o w o t n e ? P o n i e w a Ź o d d ł u Ź s z e g o c z a s u n i e s s d o s t e p n e w m a r k e t a c h , m i m o Ź e c i e s z y ł y s i e d u Ź y m u z n a n i e m j a k o n a j l e p s z y s y r o p p r o z d r o w o t n y w P o l s c e . – s t r . 9
- C z y s p o ł k a p l a n u j e r o z w ó j l i n i i p r o d u k t o w e j Y a ! & S O D A ? J a k i e s s d a l s z e p l a n y w t y m z a k r e s i e ? – s t r . 9
- C z y w o f e r c i e p o j a w i ą s i e u r z ą d z e n i a d o p r z y g o t o w y w a n i a n a p o j w g a z o w a n y c h , p o d o b n e d o t y c h o f e r o w a n y c h p r z e z k o n k u r e n c j e ? – s t r . 9
- Z j a k i m i k o s z t a m i w i ą Ź e s i e b u d o w a n o w e g o z a k ł a d u i m o d e r n i z a c j a o r a z z a k u p n o w y c h m a s z y n ? I z c z e g o t o z o s t a n i e s f i n a n s o w a n e ? – s t r . 9
- J a k i p r o c e n t p r z y c h o d w s t a n o w i e k s p o r t ? – s t r . 9
- J a k o c e n i a j ą P a Ź s t w o r y n e k k o l a g e n u i j a k z a m i e r z a c i e s i e n a n i m r o z p y c h a c ? – s t r . 10
- J a k i p o z i o m p r z y c h o d w p r o g n o z u j e c i e n a r o k 2025 i 2026 ? – s t r . 10
- J a k i e n o w e p r o d u k t y p l a n u j e w p r o w a d z i c n a r y n e k s p o ł k a d o k o Ź c a 2026 r o k u ? – s t r . 10
- P r o s z e s k o m e n t o w a c s e z o n o w o ś c w d z i a ł a l n o ś c i . – s t r . 10
- C z y p r o d u k t y Y a ! & S o d a m a j ą n a j w i e k s z y w p l y w n a w y n i k i w d r u g i m k w a r t a l e ? – s t r . 10
- J a k w y g ł a d a s p r z e d a Ź s p o ł k i w t r z e c i m k w a r t a l e ? C z y w t r z e c i m k w a r t a l e m o Ź n a o c z e k i w a c l e p s z y c h w y n i k w n i Ź w d r u g i m ? – s t r . 10
- O d k i e d y s p r z e d a w a n a j e s t l i n i a Y a ! & S o d a i o d k i e d y w y s t ę p u j e o n a w B i e d r o n c e ? – s t r . 11
- C z y z a r z a d m o Ź e p o d a c s t r u k t u r e p r z y c h o d w w p o d z i a l e n a r o d z a j p r o d u k t u ? – s t r . 11
- W p i e r w s z y m k w a r t a l e s p o ł k a r o z p o c z e ł a p r o d u k c j e n a p o j w I S A P d l a s i e c i B i e d r o n k a . U p r z e j m i e p r o s z e o i n f o r m a c j e j a k i u d z i a ł w p r z y c h o d a c h s p o ł k i s t a n o w i t e n p r o d u k t ? C z y o b e c n e m ą c e p r o d u k c y j n e s s w y s t a r c z a j ą c e , a b y w p e ł n i z a s p o k o i c z a p o t r z e b o w a n i e s i e c i ? I c z y B i e d r o n k a s y g n a l i z u j e z w i e k s z e n i e z a p o t r z e b o w a n i a n a t e n p r o d u k t w k o l e j n y c h o k r e s a c h ? – s t r . 11

Jakie są główne wyniki wpływające na wzrost przychodów w ostatnich kwartałach?

Radosław Maziarz: Jak państwo wiecie, spółka jako spółka istnieje od kilkudziesięciu lat. Historycznie wywodzi się z produkcji syropów i to był i jest nadal główny obszar funkcjonowania naszej spółki. Oczywiście musimy reagować, obserwować na zmieniające się preferencje konsumentów, oczekiwania tychże konsumentów, bo to oni są najważniejsi, oraz zmiany zachodzące na rynku. W związku z czym, odnosząc to do ostatnich kwartałów, w dużym skrócie możemy powiedzieć, że wzrost przychodów wystąpił w wyniku po pierwsze optymalizacji współpracy z naszymi wszystkimi odbiorcami, a pamiętajmy, że Excellence SA współpracuje praktycznie ze wszystkimi sieciami handlowymi w Polsce oraz wybranymi odbiorcami za granicą. Oczywiście ze względu na zmieniające się preferencje konsumentów, na wzrost przychodów zdecydowanie też miało wpływ wprowadzenie nowej grupy asortymentowej. Dla niektórych jest to zupełna nowość, my już działamy w zakresie sprzedaży koncentratów napojów praktycznie drugi rok. Trzeci aspekt, w którym również się rozwijamy to wzrost sprzedaży produktów kolagenowych, jest to mocno związane z tym, że ludzie, że konsumenci coraz bardziej dbają o swoje zdrowie i szukają wyspecjalizowanych produktów, które niekoniecznie są w pastylkach, w których się również specjalizujemy.

Marcin Ciecierski: Tutaj też kilka słów komentarza: to pokazuje, że inwestycje, którą żeśmy ponieśli trzy lata temu, dobrze pamiętam? Trzy lata temu na zakup Health Medici, to była bardzo dobra decyzja naszego całego zespołu. My żeśmy długo nad tym się zastanawiali, no bo czy przeznaczyć pieniądze na zakup mniejszego przedsiębiorstwa, które później będziemy implementować, czy współpracować z nim, czy też całość kapitału przeznaczyć tylko i wyłącznie na rozwój zakładu, czy budowanie nowych maszyn. Ale jak widać, to była bardzo trudna, ale bardzo dobra decyzja, bo dzisiaj widzimy, że mała spółka, która się zajmuje suplementami diety, jak była sama, miała dużo gorzej niż dziś. Więc zarówno akcjonariusze spółki Health Medica, czyli reszta akcjonariuszy spółki Health Medica jest również zadowolona z przystąpienia i współpracy z Grupą Kapitałową Excellence SA, czyli z nami.

Dariusz Borowski: Dodam jeszcze, że wyniki Grupy Kapitałowej zawierają amortyzację wartości zakupu Health Medica. Jest to 360 tysięcy złotych amortyzacji.

Marcin Ciecierski: Rocznie. Do wyniku każdego byśmy mieli 300 więcej. To też trzeba wziąć pod uwagę. A wyniki są już po odjęciu tej amortyzacji wartości nabycia Health Medica.

Czy spółka planuje wypłatę dywidendy? Jeżeli nie, to dlaczego?

Marcin Ciecierski: mówiłem wielokrotnie na czatach, nie będę tu się rozwijał. Nie, spółka nie planuje wypłaty dywidendy w najbliższych watach. Dlaczego? Ponieważ moim zdaniem wszystkie pieniądze, które dzisiaj nie jesteśmy w stanie zarobić, reinwestujemy w rozwój naszego zakładu. Bo nasze cele to nie stajemy na tym miejscu, który chcemy. My chcemy po prostu rozwijać się tak dynamicznie nadal. Więc w najbliższych 3-5 lat proszę nie spodziewać się, że podejmiemy decyzję w kierunku wypłaty dywidendy.

Jakie są prognozy dotyczące rentowności w nadchodzących latach?

Dariusz Borowski: Jeśli chodzi o rentowność spółki, Państwo widziecie, że 2024 rok zakończył się dobrymi wynikami. Półrocze 2025 roku to jest dokładnie ten sam poziom, ta sama dynamika, właściwie ta sama część połowy wyniku 2024 roku i chcielibyśmy takie wyniki utrzymać w kolejnych latach.

Marcin Ciecierski: I tu znowu kilka mojego komentarza. Mianowicie, nie jest proszę Państwa łatwo. To też chciałbym, że jeśli następnym razem będziecie Państwo nas rozliczać, ponieważ ten czas będzie cały czat dostępny na naszej stronie, więc będzie można do niego wracać i czerpać ewentualnie w przyszłości zapytania w stosunku co do nas. Nie jest łatwo, bo proszę Państwa sami widzieliście, Państwo widzieli jaka była pogoda w tym roku w naszym kraju. Nie był najlepszy lipiec, był bardzo zimny sierpień, więc ogólnie branża napojowa ma kłopot, bo ani wody nie szły do końca super, ani nie szły też gazowane, czyli kolorowe napoje. W związku z tym wcale nie jest łatwo, robimy co możemy, staramy się dywersyfikować nasz portfel produktów i to daje nam jakąś tam przewagę nad naszą konkurencją. Będziemy nadal pracować w tym kierunku.

Jak zarząd ocenia strukturę aktywów i zobowiązań spółki?

Dariusz Borowski: Tak jak wcześniej powiedziałem na spotkaniu, 43 mln zł aktywów, majątek obrotowy, majątek trwały, spółka cały czas inwestuje w środki trwałe. Przed nami są kolejne inwestycje. Spłaciliśmy kredyty, które były w rachunku obrotowym, także w tej chwili finansujemy naszą działalność własnymi środkami.

Marcin Ciecierski: To też jest bardzo ważne, mianowicie dzisiaj nie używamy dźwigni, na dziś. Więc moim zdaniem to jest bardzo dobra informacja, no bo w niepewnych czasach nie jest fajnie mieć duży kredyt do spłacenia. Lepiej mieć swoje pieniądze i gospodarować tymi pieniędzmi w swoim zakresie i na swoim kapitale niż próbować lewarować się w jakikolwiek sposób. Choć tutaj powiem Państwu, to nie jest też tak, że my się bronimy ewentualnie, jeśli braknie nam pieniędzy na inwestycje, to my się zamykamy na tą możliwość. Nie zamykamy się, ale to będzie ostatnia rzecz, którą podejmiemy decyzję. Jeżeli wyczerpiemy wszystkie rodzaje możliwości finansowania inwestycji w przyszłości i nie będzie wyjścia, to biorę pod uwagę taką sytuację, że być może będziemy musieli się zlewarować.

Dariusz Borowski: I tym samym dzisiaj nie ponosimy żadnych kosztów kredytów, kosztów finansowania, co jest kolejnym elementem zwiększającym wynik netto spółki i Grupy Kapitałowej.

Jakie są kluczowe cele strategiczne spółki na najbliższy okres 3-5 lat?

Marcin Ciecierski: Troszkę już o nich powiedziałem. Przede wszystkim dziś skupiamy się na rozbudowie zakładu. Dzisiaj jesteśmy w takiej sytuacji, że jeśli Państwo pamiętacie te 5 lat temu, 7 lat temu czy 8 lat temu, tak jak do nas przybył tutaj Radek i tutaj wielki ukłon do Radka, że poprzez jego działalność, poprzez jego profesjonalizm, poprzez jego wiedzę, poprzez jego lojalność, poprzez jego ciężką pracę, bo ten facet tu właściwie wychodzi z tej spółki ostatniej, jesteśmy w tym miejscu, w którym jesteśmy. Więc głównym celem dla nas dziś to jest rozwój ze względu na to, że dziś w tej przestrzeni, którą posiadamy na dzień dzisiejszy nie jesteśmy w stanie wziąć kontraktów wysokowolumenowych w innych przedsiębiorstwach, ja mówię tutaj o międzynarodowych też przedsiębiorstwach, które też składają do nas zapytania, ale my jesteśmy w tym momencie, w którym najpierw musimy postawić halę produkcyjną, potem halę magazynową, halę biurową, bo my już w tej chwili mamy też bardzo dużo osób, które współpracują z nami i nie mamy do końca ich już gdzie posadzić, więc na dzień dzisiejszy cała energia zespołu jest skierowana po to, żeby utrzymać wyniki, które są na dzień dzisiejszy naszym zdaniem dobre i jednocześnie, żebyśmy mogli rozwijać się organicznie. To jest nasz cel na najbliższe trzy do pięciu lat.

Czy Excellence rozważa eksport zagraniczną? Jeżeli tak, to na jakich rynkach?

Radosław Maziarz: Tak, spółka rozważa taką ekspansję. Zresztą sprzedaż poza granicami naszego kraju nie jest niczym nowym dla Excellence SA. W dużym skrócie tak naprawdę obecnie dwa największe rynki dla nas to Europa i historycznie Ameryka Północna. Co do Ameryki Północnej, Państwo też pewnie śledzicie wydarzenia ostatnich miesięcy. Występują tam zawirowania w postaci nowych wojen celnych, nowych odsłon stawek celnych. Obserwujemy, co się będzie z tym działo. Niezależnie od tego do nas też wpływają zapytania z zagranicy. Oceniamy je, wysyłamy oferty. Oczywiście chcemy nawiązywać współpracę przy zachowaniu tych najważniejszych parametrów dla spółki, o których powiedział zarówno Marcin, jak i Darek. Taka współpraca musi być rentowna dla spółki. Dziś mogę tylko nadmienić, aby pokazać się szerzej, szczególnie w krajach europejskich w chwili obecnej, rozważamy udział i pokazywanie nas jako firmy, portfolio naszych produktów na międzynarodowych targach w przyszłości.

Marcin Ciecierski: Żebyście Państwo wiedzieli, gdzie nas szukać? Na SIAL-u w Paryżu w 2026 roku. Tam na pewno będziemy pokazywać wszelkiego rodzaju nasze nowości oraz nasz core biznesu i będziemy zapraszać też wszystkich kluczowych naszych klientów.

Jakie działania podejmuje spółka w zakresie ochrony środowiska?

Dariusz Borowski: Odpowiem na to pytanie w ten sposób, że w czerwcu bieżącego roku spółka wprowadziła i powołała zespół do spraw wdrożenia ESG. Zespół rozpoczął swoją pracę, ma określony plan krótkoterminowy, średnioterminowy i długoterminowy. W każdym z tych okresów spółka planuje przeprowadzenie pewnych zmian albo organizacyjnych, albo inwestycyjnych, aby minimalizować ryzyka środowiskowe. Przykładem jest na przykład oszczędzanie wody, czyli należy wprowadzić takie mechanizmy, takie rozwiązania, które zredukują ilość zużywanej wody. Tak samo jesteśmy zainteresowani odzyskiem ciepła produkcyjnego, czyli ciepło wytworzone w procesie produkcyjnym będzie wracało po raz kolejny do biegu w ciągu produkcyjnego, żeby zredukować zużycie paliwa, a tym samym zmniejszyć emisję dwutlenku węgla. Kolejnym etapem jest zaplanowana inwestycja zakupu i budowy fotowoltaiki, która również zredukuje zużycie energii i emisję dwutlenku węgla.

Marcin Ciecierski: Świetnie, tu też kilka słów komentarza. Te wszystkie rzeczy, jakby Darek jeszcze udało się wyświetlić swój slajd, bo ja widziałem go, to wszystko jest zaplanowane w inwestycji, która się rozpocznie niebawem. My mamy generalnie skompletowaną większość dokumentów. Pozostaje nam poczekać już na ostateczne klepnięcie przez minę. Natomiast najistotniejszą rzeczą jest to, że w planach budowy nowego magazynu, który już jest zaprojektowany, jest również fotowoltaika, łącznie z magazynem energii. To po pierwsze, jak część z Państwa pewnie nie zna, ja jestem orędownikiem szanowania tej naszej planety, bo to nasz jedyny dom, bo ja sobie nie wyobrażam mieszkać gdziekolwiek indziej i myślę, że już nie dożyję tych czasów. To jest pierwsza rzecz. A druga rzecz, że najzwyczajniej w świecie to się zwyczajnie opłaca. Oczywiście, że w momencie kiedy inwestujemy te pieniądze, to jest duży wydatek, ale na przestrzeni lat, czyli my patrzymy nie średnioterminowo, czy krótkoterminowo, tylko długoterminowo, da nam określony to zysk w przyszłości. Mniejsze ratunki za prąd, mniejsze ratunki za paliwo, mniej zużywanej wody i tak dalej, i tak dalej. Więc jedno z drugim jest bardzo mocno sprzężone i my jesteśmy tam absolutnie zainteresowani.

Dariusz Borowski: Dodam jeszcze, że rzeczywiście wdrożenie ESG jest bardzo korzystne i przydatne dla spółki z tego względu, że oprócz tych wskaźników finansowych, o których cały czas mówimy, to jeszcze spółka będzie za kilka lat przygotowywała sprawozdanie właśnie z działalności ESG. Dodam jeszcze, że w tym roku spółka przeszła pierwszy audyt związany z ESG. Uzyskaliśmy dobrą notę jak na pierwszy audyt wprowadzający tak właściwie spółkę na nowy obszar, który będzie dalej kontynuowany w przyszłym roku i w związku z tym również spółka ma wyznaczone cele, czyli my musimy wykonać pewien progres związany np. z polityką, z dostawcami przykładowo, czy inne obszary środowiskowe. I to będzie w przyszłym roku, a w kolejnych latach następne elementy związane z oszczędnością i dbaniem o środowisko.

Marcin Ciecierski: Reasumując, ten proces trwa, on jest już zaimplementowany, więc na dzień dzisiejszy jesteśmy w procesie wdrażania tych wszelkiego rodzaju przepisów i innowacji. Mało tego, tu Radek pewnie za chwilę powie, że jeśli mamy określony timing też na to, mianowicie 2027 rok, powiedz o tym Radek.

Radosław Maziarz: Szanowni Państwo, tak naprawdę jeśli chodzi o ochronę naszej planety, ochronę środowiska naturalnego, całe szczęście, że to nie jest kwestia tylko dobrych chęci, ale w ujęciu biznesowym to już aktualnie jest tak naprawdę wymóg. My uczestniczymy oczywiście w tym procesie. Na dziś mogę tylko przekazać tyle, każdy z producentów musi być uczestnikiem tego łańcucha chroniącego naszą planetę, w przeciwnym razie jeśli nie będziemy spełniać kolejnych wytyczanych tak zwanych kroków milowych, to po roku 2027 firma, która nie będzie uczestniczyła w ochronie środowiska, utraci możliwość realizacji zamówień współpracy z największymi sieciami handlowymi, zarówno w ujęciu polskim, jak i międzynarodowym.

Marcin Ciecierski: Także też nikt nie ma wyjścia.

Czy planowane są nowe źródła finansowania lub emisje akcji?

Marcin Ciecierski: To ja odpowiem. Na razie, na dzień dzisiejszy nie. My mamy bardzo dobry cashflow, jesteśmy w stanie generować bardzo dobrą marżę. Prowadziliśmy wszelkiego rodzaju rozwiązania, które nam kontrolują koszty on-time właściwie, tutaj duża rola jest dyrektora finansowego oraz Radka, bo tu jest dwóch strażników kasy, którzy pilnują tego, żeby marża była na określonym poziomie oraz koszty związane też z prowadzeniem działalności, więc staramy się tutaj te programy pilnować. Co do emisji akcji? Nie, absolutnie nie bierzemy tego pod uwagę. I powiem tak, jeśli Państwo obserwujecie też mnie, komunikaty na ESPI, to ja staram się do konsolidacji akcjonariatu, kupując chociażby sam za własne pieniądze akcje z rynku wtórnego, czyli z giełdy. Więc jeśli mamy mówić o rozwodnieniu akcji, to absolutnie wręcz przeciwnie. Będziemy się starali pozyskiwać więcej akcji dla naszego zespołu, czy dla naszych wspólników obecnych. Tak to wygląda.

Czy spółka planuje przejęcia lub fuzję w najbliższym czasie?

Marcin Ciecierski: To znowuż ja. Boże, ale roboty mam. Proszę Państwa, jak Państwo wiecie, nie możemy do końca na ten temat rozmawiać, ale oczywiście my jesteśmy otwarci, monitorujemy ten rynek tutaj przede wszystkim w Polsce, mając już określoną wielkość tego naszego przedsiębiorstwa. Nasz radar jest nastawiony na, może nie na start-up'y, bo ja osobiście boję się start-up'ów, natomiast na firmy, które są mniejsze od nas, ale są komplementarne do naszego asortymentu. Więc jeśli my robimy w branży napojów, no to nie kupimy sobie fabryki z gwoździarniami, na pewno tak nie będzie. Natomiast oczywiście robimy research, mamy na radarze kilka spółek, które nas interesują. I tyle mogę powiedzieć, więcej nie mogę.

Czy Excellence SA posiada politykę zrównoważonego rozwoju?

Dariusz Borowski: Tak jak wspomniałem wcześniej, w czerwcu bieżącego roku powołaliśmy zespół do spraw wdrożenia ESG i tym samym opracowujemy i częściowo już mamy politykę. Marcin Ciecierski: Mamy na pewno, ponieważ ja ją podpisywałem w ostatnim czasie, bo przecież my mieliśmy nawet uchwałę w tym temacie. Zarząd też podjął uchwałę o wdrożeniu. Były dwie uchwały o wdrożeniu, także działamy w tym temacie. Początek naszej drogi to będzie droga przez mękę, ale z chęcią ją wykonamy po to, żeby chronić naszą planetę. Też chciałbym, żebyście Państwo zrozumieli, że my mamy tutaj bardzo komfortową sytuację w stosunku co do naszej konkurencji, czyli do osób, które mają działalności związane z napojami. A mianowicie my produkujemy produkty nie do bezpośredniego użycia. W związku z tym z naszego koncentratu czy z naszego syropu jesteśmy w stanie wyprodukować czy zrobić około 10, a nawet czasem 16 litrów napoju ready-to-use. W związku z tym mamy 10-12 butelek mniej za każdym razem plastikowych korków, plastikowych zakrętek, butelek, szklanek i tym podobnych rzeczy. Więc generalnie my się wpisujemy w trend eco-friendly i low-plastic. W związku z tym dla nas, uważam, jest to wielka szansa. My jesteśmy w tym miejscu, mamy dużo kompetencji, mamy 30-letnie doświadczenie produkcji tego typu produktów. Więc mnie się wydaje, oczywiście to jest tylko moja opinia, to jest przyszłość naszej planety. No bo jeśli my cały czas jako ludzie rozwijamy się, jest nas coraz więcej, jak wiemy, rynek napojów wcale się nie kurczy, wręcz przeciwnie, on w dalszym ciągu rośnie w skali 1,5-2% w skali roku. W związku z tym tych butelek będzie coraz więcej. Natomiast jeśli my mamy szansę na to, żeby pokazać naszym konsumentom, że po co masz kupować, nie wiem, 15 Coca-Coli na imprezę, jak możesz kupić tylko jeden koncentrat i zrobić z tego napój. Masz mniej śmieci, mniej noszenia na trzecie piętro zgrzewek, z colą czy z czymkolwiek. Masz mniejsze koszty z zapłatą za śmieci. No i tyle, wiele benefitów z tego wynika. W związku z tym uważam, że to jest nasza też przewaga na tym rynku. Oczywiście nie możemy się kopać z końmi wielkimi koncernami napojowymi, bo oni mają zarówno olbrzymi kapitał, jak i możliwości marketingowe, czy tego typu rzeczy. Natomiast mnie się wydaje, że ciężka praca organiczna przez 32 lata postawiła nasze przedsiębiorstwo w zupełnie nowym świetle w kontekście ochrony środowiska. Tyle.

Jakie są cele w zakresie redukcji emisji CO2?

Dariusz Polinceusz: Jeśli chodzi o zużycie mediów, już wspomniałem o tym wcześniej, nasz wprowadzony system zrównoważonego rozwoju określa dość precyzyjnie, jakie cele mamy do osiągnięcia przy zużywaniu energii. Samo to, że będziemy starali się odzyskiwać ciepło, czyli pracować w obrębie procesów cieplnych, głównie procesów cieplnych, których odzyskanie energii spowoduje powrót do procesu, to będzie nasz podstawowy benefit, który spowoduje, że ograniczymy zużycie paliw kopalnych, tudzież innych paliw, również tych z zielonej energii. Nasza produkcja, nie wiem, czy tutaj Państwo mają tę świadomość, na poprzednich czatach to mówiliśmy, ale jest procesem termicznym, dość dużo energii zużywamy na to, żeby wyprodukować ciepło, dzięki któremu utrwalimy nasze produkty, więc większość procesów jest tutaj termicznymi. Do tego czasu nie było to dla nas tak istotne jak teraz, bo widzimy, że tam są też pieniądze do zaoszczędzenia. Stąd wymienniki ciepła, systemy odzysku energii i inne tego rodzaju urządzenia, które spowodują, że zwrócimy ciepło, postaramy się nim obrócić co najmniej raz, być może dwa, zobaczymy jak tutaj z wyliczeń będzie wynikać i jak urządzenia na to pozwolą, więc jak najbardziej idziemy w kierunku oszczędzania paliw.

Czy spółka raportuje zgodnie z wytycznymi ESG?

Dariusz Borowski: Jeszcze nie raportujemy, obowiązek raportu będzie dopiero w 27 roku, ale do tej pory przygotowujemy raporty i sprawozdania dla spółki po to, żebyśmy się zaczęli w to wdrażać, wprawiać, także w przyszłym roku powstanie pierwszy raport.

Jakie są kryteria efektywności zarządu?

Marcin Ciecierski: Proszę Państwa, to jest moja rola w takim wypadku. Dość proste, myślę, że każdy spokojnie to zrozumie. Widać po nawiązaniu współpracy z Radkiem, po nawiązaniu współpracy z Darkiem Borowskim, Państwo widzicie, że na przestrzeni lat, razem z nimi, kiedy oni weszli do nas na pokład, ten rozwój rozpoczął się bardzo dynamicznie i on trwa. Dlatego w tym czasie, z moim współlnikiem, kochanym przyjacielem Darkiem, podjęliśmy taką decyzję o programie motywacyjnym dla tych dwóch Panów, czyli dla Darka i dla Radka, bo ja też czasem obserwuję Bankiera i tam była wielka burza, żeśmy zrobili coś, co nie do końca jest dobre dla spółki. No moim zdaniem absolutnie odwrotnie, no bo jeśli my mamy bardzo dobrych zawodników u nas na pokładzie, no to trzeba im w takim wypadku dać kolejną marchewkę, do której będą dążyć, ale to nie jest też tak, że oni dostaną cokolwiek za darmo. Mianowicie, jeśli Państwo się pochylicie nad tym dokumentem, który żeśmy uchwalili, to tam jest wiele bardzo istotnych rzeczy. Darku, opowiedz o tym, bo to jest mega istotna sprawa. Ci ludzie, których tu widzicie, to nie są przypadkowi ludzie, nie wiem, Pani Krysia albo moja ciocia, która zacznie sypać dwudziestoma milionami akcji, tylko to są faceci, którzy odpowiadają bezpośrednio za produkcję, bezpośrednio za zysk tego przedsiębiorstwa. W związku z tym moje kryterium było bardzo proste. Sprawdzili się przez ostatnie dziesięć lat, to dlaczego mają się nie sprawdzić przez kolejne dziesięć lat? W związku z tym chciałbym zastosować case, który jednokrotnie widzicie Państwo też chociażby na filmach prawniczych zza oceanu w Stanach Zjednoczonych, że przychodzi na przykład młody prawnik po szkole do jakiejś kancelarii prawnej na Wall Street, po czym najpierw przynosi papiery z ksero, potem idzie na pierwszą rozprawę, potem drugą, trzecią, kolejną, a jak jest bardzo dobry, to przychodzi właściciel kancelarii i mówi tak stary, jeśli wygrasz mnie jeszcze to, taką czy taką sprawę, będziesz moim partnerem. No i właśnie to jest dokładnie ten sam case. Witam Panów na pokładzie i serdecznie się cieszę z tego powodu, że jesteście z nami. Nie mam zamiaru czegokolwiek tutaj grzebać. Zmiana jest, tutaj jest niepotrzebna. Nie popsujmy czegoś, co dobrze działa. Ten silnik w naszym zespole funkcjonuje, w związku z tym nic nie będziemy w tym temacie grzebali. Niech to tak dalej działa.

Czy planowane są zmiany w strukturze organizacyjnej?

Marcin Ciecierski: W samej strukturze organizacyjnej zarządu i rady nadzorczej. Oczywiście jakaś tam fluktuacja tych osób jest, natomiast to nie będą radykalne zmiany, ale oczywiście, to też widziałem czasem na bankierze, że też Państwo piszecie, że fajnie by było pracować też na takich czy innych warunkach. Absolutnie jestem otwarty na cv-iki. Aktualnie właśnie poszukujemy wiele osób z top managementu, bo poszukujemy dyrektora handlowego, bo Radek tutaj nie wyrabia się, jak Państwu mówiłem, to ten gościu zamyka biuro, więc potrzebujemy ludzi, którzy będą też przynależeć do naszego zespołu, którzy będą korelować z nami i będą sfokusowani przede wszystkim na co? Na zysk i efektywność działania. Więc jeśli ktoś z Państwa ma doświadczenie, potrafi rozmawiać z dużymi sieciami i jest z branży, zapraszam serdecznie do naszego zespołu. Jesteśmy otwarci.

Jak spółka dba o rozwój kompetencji pracowników?

Dariusz Polinceusz: Może ja coś opowiem. Firma prowadzi cykliczne szkolenia swoich pracowników na każdym szczeblu. Pominę tutaj już szkolenia, które odbywają się dla pracowników produkcyjnych, które są wymogiem prawnym, ale ponadto robimy dużo szkoleń, które są spoza wymogów prawnych. Chociażby tutaj teraz taka ciekawostka. Ogłosiliśmy nabór na szkolenie z pierwszej pomocy. Okazało się, że niewiele osób się nie zdecydowało, więc większość pracowników firmy zdecydowało się wziąć udział. To jest kilkadziesiąt osób. Musimy to szkolenie zrobić na kilka tur. Jestem mile zaskoczony. Także podejście do chęci posiadania wiedzy w naszej firmie mamy utrzymane na dobrym poziomie. Spółka jako firma z branży spożywczej, też z litery prawa i posiadanych certyfikatów, mam tu na myśli BRC, musi ciągle monitorować i ciągle doszkalać kadrę w miarę zmieniającego się ustawodawstwa. Więc to jest u nas prowadzone cyklicznie. Mamy specjalny dział zajmujący się szkoleniami, więc to działa jak najlepiej. Co dalej? Szkolenia zewnętrzne. Szkolenia zewnętrzne dobieramy już personalnie do danej osoby. Jeśli kadra uważamy, że powinna zostać doszkolona, czy teraz na przykład z CSF-u czy z ESG, to także cyklicznie takie szkolenia wychytujemy i proponujemy naszym pracownikom, a często wymagamy, bo to sama propozycja nie jest do końca, może być skuteczna. Także jesteśmy na bieżąco ze wszystkimi szkoleniami, które są koniecznymi do prowadzenia naszej działalności. Jeśli coś zapomniałem, panowie, to poproszę, bo tak jak wspominałem...

Marcin Ciecierski: O WMS-ie zapomniałeś, tak? Nad którym pracujemy już drugi rok. O LEAN-ie zapomniałeś.

Dariusz Polinceusz: Tak, z LEAN-em pracujemy już kilka lat i bezsprzecznie widać efekty, jeśli chodzi o zarządzanie na poziomie pracowników produkcyjnych. Przynosi to coraz lepsze efekty. LEAN nigdy nie jest zakończony, jak to wynika z jego definicji. Ciągle można go rozwijać i my to właśnie czynimy.

Czy spółka posiada programy motywacyjne dla kadry zarządzającej?

Marcin Ciecierski: Mówiłem już o tym. Myślę, że wystarczy.

Jakie są największe ryzyka rynkowe, które mogą wpłynąć na działalność spółki?

Radosław Maziarz: Jeśli chodzi o ryzyka, ryzyka rynkowe dotyczą wszystkich przedsiębiorstw i firm występujących w danej branży, więc szanse mamy takie same i umiemy reagować na zmieniające się uwarunkowania. Tak naprawdę fizycznie, Marcin już to powiedział na początku dzisiejszego spotkania, największym ryzykiem dla wszystkich i to jest coś, czego nie możemy przewidzieć, to wybuch jakiegokolwiek konfliktu zbrojnego. Wiemy, jakiego mamy sąsiada niebezpiecznego. To jest podstawowa rzecz, której ewentualnie możemy się obawiać, podobnie jak wszyscy inni producenci, podobnie jak wszyscy my jako mieszkańcy tego kraju.

Jak spółka reaguje na zmiany regulacyjne w branży?

Dariusz Polinceusz: Mamy powołany zespół, który cały czas w sposób ciągły monitoruje zmiany. W naszej branży, oprócz przepisów wykonawczych do prowadzenia działalności, to takim gorącym ziemniakiem, który teraz się przerzuca z rąk do rąk, jest ustawa o opłacie cukrowej. W tej chwili jest w opracowaniu nowy projekt. Kilka dni temu pojawiły się nowe założenia. Oczywiście w momencie, kiedy pojawi się możliwość wzięcia udziału w konsultacjach społecznych, podobnie jak przy wprowadzeniu tej opłaty, udamy się do Warszawy na te konsultacje i postaramy się mieć wpływ na to, co się dzieje, na tyle, na ile nam oczywiście tutaj pozwolą, ale swoje uwagi będziemy zgłaszać. Uważamy ten dokument za, nie będę tutaj mówił nic złego na temat tych osób, które to wprowadzały, ale on nie jest do końca przyjazny i nie chodzi tutaj o naszą działalność, chodzi tutaj o społeczeństwo. Finalnie wprowadzenie założeń może spowodować znaczny wzrost produktów. Tych, które lądują na stolikach popularnych, znaczy statystycznego Kowalskiego. Także będziemy chcieli wyrazić swoją opinię i na pewno wziąć czynny udział w tworzeniu tych modyfikacji w ustawie o opłacie cukrowej.

Czy zarząd przewiduje wpływ sytuacji makroekonomicznej, np. inflacji czy stóp procentowych na wyniki finansowe?

Dariusz Borowski: Oczywiście bierzemy to zawsze pod uwagę. Takim przykładem jest to chociażby, że wynagrodzenie minimalne przez ostatnie kilka lat było sukcesywnie podnoszone. Spółka musiała też na to oczywiście reagować. Wpływa to na wyceny produktów spółki. Jest to główny czynnik inflacyjny tak naprawdę i wszystkie składniki, tak jak wynagrodzenia czy koszty finansowe, które do tej pory spółka ponosiła, były częścią, elementem wyceny wartości produktów, które później były sprzedawane. Czyli jest to jak najbardziej monitorowane i odzwierciedlane w przychodach spółki. Finalnie w przychodach spółki

Czy spółka planuje ekspansję zagraniczną z obecnym portfolio produktów? A jeżeli tak, to na jakich rynkach i w jakim horyzoncie czasowym?

Radosław Maziarz: To ja odpowiem ponownie na to pytanie. Po części już żeśmy o tym rozmawiali. Po pierwsze, są to dane wrażliwe dla spółki. Oczywiście już potwierdziliśmy. Planujemy rozwój sprzedaży i ekspansję zagraniczną. Planujemy pokazać nas jako spółkę oraz nasze produkty na największych targach zagranicznych. Myślę, że w chwili obecnej tylko tyle w tym zakresie możemy powiedzieć.

Czy w związku z niedawną wizytą zarządu w Chinach planowana jest modernizacja linii produkcyjnych? Jeżeli tak, proszę o przybliżony harmonogram realizacji.

Marcin Ciecierski: Okej, to chyba o mnie chodzi, bo ja byłem w Hongkongu i w Szanghaju ostatnimi czasy. I też powiem Państwu anegdotę z tego wyjazdu, ponieważ próbowałem zabrać ze sobą któregoś z chłopaków z zarządu, żebym tam nie był sam osamotniony w tej całej nowej mojej rzeczywistości. I niestety nie było nikogo, kto miałby czas, żeby ze mną pojechał tam na tydzień i prowadził negocjacje w sprawie przede wszystkim zakupu maszyn. Przede wszystkim my pojechalśmy tam po to, żebyśmy mogli nabyć technologie oraz urządzenia, które pozwolą nam na rozwój naszego zakładu, czyli na zwiększone moce produkcyjne. Moim celem na następny rok, dwa lub trzy, to jest modernizacja zakładu w taki sposób, żebyśmy mogli wprowadzić też robotyzację w naszym zakładzie. Na dzień dzisiejszy mamy zamówione cztery ramiona robotyczne. One będą w niedługim czasie będą poskładane. Muszą jeszcze oczywiście przepłynąć. Musimy to wdroić. To wszystko wymaga czasu. Przeszkolić też załogę. Myślimy też o urządzeniach pakujących. W szerokim znaczeniu. Oczywiście chodzi o pakowarki, o depolatory, o paletyzatory, o wiele takich urządzeń, które pozwolą nam zautomatyzować i przyspieszyć nasze linie produkcyjne. To był mój główny cel wizyty w Hongkongu oraz w Szanghaju. Odwiedziłem dziewięć firm i z czterema jesteśmy generalnie po słowie i jesteśmy w trakcie projektowania maszyn. Tak bym powiedział.

Jakie były powody rezygnacji spółki z przejścia z NC na Główny Parkiet i czy spółka zamierza przejść na Główny Parkiet? Jeśli tak, to kiedy?

Marcin Ciecierski: To może ja odpowiem. Zrezygnowaliśmy przede wszystkim około 2 lub 3 lata temu. My nie utrzymaliśmy po prostu zwyczajnie kapitalizacji. I to był jedyny powód, dlaczego żeśmy nie przeszli na Główny Parkiet. Mieliśmy na tyle jeszcze w sobie naiwności, że jednak jesteśmy dobrze postrzegani przez rynek, ale okazało się, że niestety nie. I nam kapitalizacja po prostu nie utrzymała się na wymaganym poziomie, żeby przejść na Główny Parkiet. Na dzień dzisiejszy nie planujemy przejścia na Główny Parkiet, ponieważ najzwyczajniej w świecie my nie mamy na to w tej chwili czasu. Wszyscy z nas są bardzo mocno zaangażowani operacyjnie w rozwój tego zakładu, ale to nie znaczy, że wykluczamy taką możliwość. Na pewno nie w najbliższych roku lub dwóch, ale taka możliwość cały czas istnieje. Natomiast kwestią jest tego, czy będziemy potrafili dokończyć nasze zadania, o których mówiliśmy wcześniej, no i później musimy się zapytać rynku, jak nas postrzega i czy w ogóle ma to sens. Mało tego, musicie też wziąć Państwo pod uwagę, że prowadzenie małej giełdy, czyli New Connectowej, jest niewspółmiernie tańsze od dużej giełdy. Dam chociażby przykład z biegłym rewidentem. Biegły rewident w New Connect bierze za sprawozdanie około 60-70 tysięcy, a biegły rewident na Głównym Parkiecie minimum 150. To są razy dwa koszty. W związku z tym, jeśli my mamy patrzeć na zysk i marżowość naszego zakładu, to staramy się te koszty obcinać, a nie rozwijać. Więc nie wykluczam sytuacji, że przejdziemy na Główny Parkiet, ale na pewno nie będzie to w najbliższym czasie.

Czy nieruchomość położona obok siedziby spółki (niezabudowana działka przy drodze, po prawej stronie siedziby) należy do spółki? Jeśli tak, czy i jakie inwestycje planuje na niej spółka?

Dariusz Polinceusz: Teren zaznaczony na niebiesko jest to nasz aktualnie posiadany teren, na którym prowadzimy obecnie działalność produkcyjną. Teren zaznaczony na czerwono jest terenem, który będziemy urbanizować w najbliższym czasie. Widoczne są też tam numery działek, widziałem, że w międzyczasie ktoś zadał pytanie o numery działek, ale je tutaj dokładnie widać. Działka po drugiej stronie drogi przeznaczona jest na przeniesienie pomieszczeń biurowych i pracowników biurowych właśnie na tą stronę, czyli management i pracownicy biurowi zostaną przeniesieni na działkę 189, tym samym zwolnimy sobie część terenu z działki 175/3, zaznaczonej na teren niebieski. Na dwóch tych niebiesko-czerwonych miejscach na tym slajdzie widać również powierzchnię, czyli startowaliśmy z 11, a doszło 15, czyli mamy ponad 2,5 hektara w tej chwili do dyspozycji na urbanizowanie terenu pod kątem rozwoju produkcji i procesów makrologistycznych.

Jakiś czas temu został zmieniony statut spółki rozszerzający zakres działalności o wyroby alkoholowe. Jakie produkty w związku z tym spółka planuje wprowadzić na rynek i w jakiej perspektywie?

Radosław Maziarz: Generalnie naszym zadaniem, szczególnie moim zadaniem jest obserwowanie zmieniających się trendów rynkowych. Tak obserwowaliśmy również, co się działo z wyrobami alkoholowymi, bo to nie były czyste alkohole. Tak naprawdę również wprowadziliśmy rozmowy z zakresu produkcji zleconej, bo miał być to produkt w marce własnej, ale sami Państwo byli uczestnikami obserwacji tego, co się podziało na te słabe alkoholiki. Tak naprawdę firma, która je wdrożyła w aspekcie formalno-prawnym nie zrobiła niczego złego. No ale niestety, odbiór tego rodzaju artykułów jest negatywny, w związku z czym zaprzestaliśmy prac rozwojowych w tym kierunku.

Czy spółka prowadzi obecnie negocjacje z Polską Grupą Zbrojeniową? Jeśli tak, czego dotyczą rozmowy?

Marcin Ciecierski: Myślę, że pytanie jest znowu skierowane do mnie, ponieważ ja ostatnio na LI zamieściłem takiego posta. Nie mogę wszystkiego powiedzieć, Państwo sami o tym wiecie. Natomiast prowadzimy rozmowy, ponieważ moim zdaniem, i zarządu również zdaniem, żeśmy na ten temat rozmawiali, Polska jest w takim miejscu, jakim jest. Wiemy, że to nie jest najszcześniejsze położenie geograficzne. I w świetle informacji, że Polska ma otrzymać 43 miliardy euro na dofinansowanie naszego Wojska Polskiego i na naszą obronność, no to stwierdziliśmy jedną rzecz, a mianowicie żołnierz w okopach nie żyje tylko i wyłącznie karabinem oraz amunicją. Musi do tego posiadać jeszcze, musi się czegoś napić, musi mieć szot witaminowy, musi mieć szot na odporność, musi mieć białka i tym podobne rzeczy, suplementy diety. I to jest obszar, w którym nie posiadamy kompetencji. Mamy bardzo zdolne i bardzo młode R&D. Na czele naszego R&D, naszego zespołu, stoi facet, który jest doktorem biotechnologii, nazywa się Krzysztof Kierus. Ma w swoim zespole bardzo młodych i ambitnych ludzi, którzy są też pozyskani z uczelni. No i mamy kilka zmodyfikowanych produktów z naszego portfolio, przeznaczonych do użycia militarnego. To nie będą produkty przeznaczone na cywilny rynek, natomiast będą stricte dedykowane w kierunku wojska. Skąd w ogóle taki pomysł i kompetencja? Już Państwu opowiadam. Jak się rozpoczęła wojna, ja z moim własnym przyjacielem Arturem jeździliśmy wielokrotnie na Ukrainę i woziliśmy do nich medykamenty i między innymi wwieźliśmy do nich szoty witaminowe, które nam zostały jeszcze z poprzedniej produkcji, nie sprzedaliśmy całości i zostało tam nie wiem 8 czy 9 palet, które żeśmy wywieźli i daliśmy to do Hersonia na front. I powiem Państwu, że odzew wojska walczącego w okopach, którzy byli na pierwszej linii jest tak dobry, że dlaczego nie mamy tych produktów więcej? Dlaczego nie przywozimy tego w dużo większych ilościach? No my powiedzieliśmy, my nie mamy na to finansowania. Natomiast to dało nam impuls do przemyślenia i zainteresowania się tą branżą. I powiem tylko tyle, że na pewno w przyszłym roku na targach Defence, w przyszłym roku wystawimy się z własnym stoiskiem. Tyle mogę powiedzieć, nic więcej nie mogę powiedzieć, bo jeszcze chciałbym, żebyście moi akcjonariusze zrozumieli jedną rzecz, żebyśmy mogli mieć znakomity pomysł, możemy mieć znakomite produkty, ale żeby można było współpracować z polskim wojskiem, choć uważam, że nasze produkty są nie tylko do polskiego wojska, do ukraińskiego wojska, do wojska nie wiem, duńskiego, niemieckiego, no bo wszyscy my mamy podobną sytuację w tej chwili, no to ta kompetencja była nabyta w momencie, kiedy my widzieliśmy, co się dzieje na froncie. I w związku z tym, jeśli my mamy kompetencje w tym temacie, mało tego dostaliśmy rekomendacje z armii ukraińskiej, że te produkty bardzo dobrze zrobiły wojsku, które było na linii frontu. Na pewno będziemy w tym miejscu, ale żeby przystąpić do takiego projektu, pamiętajcie, trzeba wygrać przetarg. To nie jest tak, że my przyniesiemy produkt i wszyscy powiedzą: „Boże, Marcin, czekaliśmy na to całe życie”. Tak nie będzie. W momencie, kiedy nawet zainteresujemy dowództwo, to dowództwo zorganizuje przetarg szeroki, nie tylko w Polsce, ale w całej Europie na symilarne produkty i dopiero wtedy będzie można mówić o sukcesie naszego przedsiębiorstwa. Pomysł jest. Rozmawiamy z wieloma dowództwami, bo nie tylko chodzi o polskie wojsko, ale na tych targach było wiele armii, bo widziałem mundury z całej Europy, więc produkt, z którym staramy się zaimplementować jest przeznaczony do wszelkiego rodzaju armii świata. Tyle mogę w temacie powiedzieć.

Czy zarząd przewiduje dalsze rozwodnienie akcji spółki w najbliższym czasie?

Marcin Ciecierski: Już mówiłem na ten temat, to ja powiem znowu, że nie. Nie, nie, nie, nie. Nie przewidujemy, nie. Nie będzie dodruku akcji, czego wy państwo się baliście, bo wielokrotnie widziałem tego typu komentarze na Bankierze. Nie. Jeszcze raz nie.

Czy rozważany jest skup akcji własnych? Jeśli tak, kiedy planowane jest ogłoszenie programu skupu?

Marcin Ciecierski: O, to znowu ja. Proszę państwa, jest rozważany skup akcji własnych, natomiast na pewno nie dziś. Jeśli Państwo widziecie dzisiaj szerszy obraz naszej organizacji, to jesteśmy przed wybudowaniem nowego zakładu, przed wdrożeniem nowych linii, przed wdrożeniem automatyzacji, przed wdrożeniem komputeryzacji i tym podobnych rzeczy, wybudowaniem hali produkcyjnych, wybudowaniem magazynu, wybudowaniem biurowca. To są zadania, które najpierw musimy wykonać. Po spełnieniu tych wszystkich rzeczy i ustabilizowaniu sytuacji spółki finansowej rozważamy skup akcji własnych. Kiedy to będzie? Nie wcześniej niż trzy lata. Ok, dziękuję.

Czy spółka prowadzi rozmowy z inwestorami strategicznymi lub branżowymi? Jeśli tak, na jakim etapie są negocjacje?

Marcin Ciecierski: No już pytanie do mnie. Nie mogę nic w tym temacie powiedzieć i koniec. Nie mogę powiedzieć nic. Poufne.

Czy kampanie promocyjne z influencerami będą kontynuowane? Akcja z mili0nerką była wyjątkowo udana.

Radosław Maziarz: Cieszę się. Fajnie jest usłyszeć, że ktoś pozytywnie ocenił akcję z mili0nerką. Szanowni Państwo, odpowiadam zarówno ze sprzedaż, jak i marketing w naszej firmie. Jeśli chodzi o sam marketing w ciągu ostatnich ładnych paru lat, on się bardzo mocno zmienił. Ta zmiana to właśnie influencerzy. Nagle okazało się, że te osoby, influencerzy, czyli bardzo popularne osoby w odpowiednich social mediach, w momencie gdy reklamują dane produkty, jest to bardzo pozytywnie postrzegane. Takie współprace niosą za sobą również określone ryzyka. My jako spółka mieliśmy okazję współpracować już z influencerami, chociażby z Blowkiem. Generalnie to nie tylko naszą rolą jest ocena nawiązania współpracy z influencerem. Takie współprace są również oceniane przez dział marketingu naszych odbiorców. W związku z czym musimy dobrać bardzo pozytywnych ludzi, bardzo pozytywnych influencerów, aby ta współpraca była pozytywnie postrzegana i aby była możliwa. Mili0nerka, akurat faktycznie to bardzo fajna kobieta, dziewczyna o bardzo dużych zasięgach, bardzo rozpoznawalna. W tym roku była to już tak naprawdę kampania, która trwała łącznie ponad dwa miesiące. Ale mieliśmy wiele influencerów, bo to nie jest tylko mili0nerka. Łącznie w tym roku współpracowało z nami pięcioro influencerów, a współpraca będzie kontynuowana. Takie mamy plany. Na pewno do końca tego roku będą kolejne odsłony.

Czy spółka planuje dalsze działania reklamowe w telewizji?

Radosław Maziarz: O, to znowu do mnie. Jeśli chodzi o działania w telewizji, tak naprawdę od dwóch lat zmieniliśmy nasze podejście do reklamy telewizyjnej. Zawsze reklama telewizyjna była uważana za tę topową. Influencerzy i social media zmienili ten trend. Aczkolwiek nadal reklamowanie produktów w telewizji jest bardzo fajnym działaniem marketingowym związanym z produktami. My zmieniliśmy troszeczkę podejście. Reklamujemy w wybranych kanałach telewizyjnych, czy też platformach telewizyjnych, które docierają do określonej grupy docelowej, na której nam zależy. W tym roku już mieliśmy dwie odsłony takich sprofilowanych kampanii telewizyjnych. Po ocenie wyników ubiegłorocznych oraz tegorocznych kampanii wiemy już, że będziemy to kontynuować.

Co dzieje się z linią produktów prozdrowotne? Ponieważ od dłuższego czasu nie są dostępne w marketach, mimo że cieszyły się dużym uznaniem jako najlepszy syrop prozdrowotny w Polsce.

Radosław Maziarz: To znowu do mnie. Tak, potwierdzam opinię. Syropy prozdrowotne to syropy najwyższej jakości. Ja akurat na pierwszej linii frontu zawsze miałem okazję rozmawiać z naszymi odbiorcami o ich jakości. Tak, mogę zalogować produkt. Nasz syrop malinowy prozdrowotny to jeden z licznych produktów syropów na rynku, który zawiera 50% soków malinowych. My jako zarząd jesteśmy odpowiedzialni za prowadzenie efektywnej współpracy z naszymi odbiorcami. Jeśli chodzi o syropy prozdrowotne, absolutnie one nie znikają z marketów. Tak naprawdę są obecne w stałej sprzedaży w większości sieci handlowych w Polsce. Przypuszczam, że tutaj w tym pytaniu była poruszona współpraca z siecią Biedronka. W życiu każdego przedsiębiorstwa trzeba podejmować decyzje biznesowe. W połowie tego roku niestety zakończyliśmy współpracę w zakresie syropów prozdrowotnych z Biedronką, aczkolwiek we wszystkich pozostałych sieciach te produkty występują i są w stałej sprzedaży. Zapraszamy także do zakupów w naszym e-commerce. Wielokrotnie syropy prozdrowotne pojawiają się tam w bardzo fajnych atrakcyjnych packach, które pozwalają spróbować np. nowych wariantów smakowych w oparciu o już znany wariant.

Czy spółka planuje rozwój linii produktowej YA!&SODA? Jakie są dalsze plany w tym zakresie?

Radosław Maziarz: Ya!&Soda to linia naszych koncentratów napojów. Tak naprawdę koncentraty napojów to ciekawy rynek. Rynek, który zaczął się dynamicznie rozwijać tak naprawdę niepełne dwa lata temu, jeśli chodzi o rynek polski. Rynek koncentratów to rynek, który daje możliwość dbania o tę naszą planetę, to o czym wspominał poprzednio Marcin, ponieważ tak naprawdę z 500 ml butelki możemy przygotować 10 litrów danego napoju, który nam aktualnie smakuje w warunkach domowych. Tak, planujemy rozwój linii koncentratów. Dlaczego? Okazuje się, że takie są oczekiwania konsumentów. W ubiegłym roku wprowadziliśmy linię trzech podstawowych smaków naszych koncentratów Ya!&Soda cola, orange i lemon. W tym roku miały miejsce premierę dwie nowe linie produktów z linii koncentratów Ya!&Soda. Była to linia Ya!&Soda koncentraty lemoniadowe oraz Ya!&Soda linia Party pozwalająca na przygotowanie bezalkoholowych mocktaili. Odpowiadając do końca, jak w każdym segmencie rynku, w którym jesteśmy reprezentowani, w związku z tym, że to nowości drajwują rynek, pracujemy nad kolejnymi odsłonami z linii koncentratów Ya!&Soda.

Czy w ofercie pojawiają się urządzenia do przygotowywania napojów gazowanych, podobne do tych oferowanych przez konkurencję?

Radosław Maziarz: Widzę to pytanie z kontynuacją poprzedniego. Szanowni Państwo, tak naprawdę koncentraty, aby móc powiedzieć już w stu procentach, że dbamy o naszą planetę, w większości przypadków z koncentratów przygotowuje się napoje gazowane. To jest geneza, jeśli chodzi o rynek koncentratów. Ostatnio następują modyfikacje i występują na rynku koncentraty, które służą do przygotowania napojów niegazowanych. Więc wracając do pytania, tak jak najbardziej tak, chyba mogę już zdradzić tajemnicę, bo okienko czasowe już jest mało odległe przed nami. W pierwszej połowie października jest przewidywana premiera sprzedaży naszych saturatorów Ya!&Soda i w tym momencie będziemy mieć komplementarną ofertę, dającą możliwość przygotowania w domowych warunkach zarówno napoju niegazowanego, jak i gazowanego, dbając o ochronę naszego środowiska, czyli eliminując nadmiar butelek tak.

Marcin Ciecierski: Ok, i tu chcę Państwu też powiedzieć, że w związku z tym nauczyłem się kilku słów po chińsku, żebyście wiedzieli, dlaczego tam byłem dwa razy.

Z jakimi kosztami wiąże się budowa nowego zakładu i modernizacja oraz zakup nowych maszyn? I z czego to zostanie sfinansowane?

Dariusz Polinceusz: Odpowiem na tą pierwszą część, a za chwilę na drugą. W tej chwili estymowane koszty, które mamy do pokrycia, czyli budowa infrastruktury, bo będzie wymagało to również poprawienia, a raczej uzupełnienia zasobów energetycznych, czyli tutaj trafo, kanalizacji, cała infrastruktura plus park maszynowy, który zostanie dołączony do nowo budowanych obiektów, estymujemy na około 20 mln zł i te pieniądze w dużej części chcemy sfinansować ze środków własnych, stąd to, co powiedział Marcin, nie myślimy o wypłacie dywidendy i nie myślimy o żadnych innych, inwestujemy całe środki, którymi dysponujemy w rozwój spółki.

Jaki procent przychodów stanowi eksport?

Dariusz Borowski: Około 5% przychodów stanowi eksport.

Jak oceniają Państwo rynek kolagenu i jak zamierzacie się na nim rozpychać?

Marcin Ciecierski: Może ja troszkę o Health Medice. Tutaj nie mamy pani prezes, która ciężko pracuje w mozołach na zakładzie, natomiast ... rozpychać. My jesteśmy spółką, Health Medica razem z nami, jesteśmy spółką, która robi przede wszystkim marki własne, czyli to są brendy osób, które przyniosły nam określone koncepty. Nabyliśmy w tym dosyć duże kompetencje, natomiast wszystko jest otwarte. Mamy kilka zapytań też od innych przedsiębiorstw, które są zainteresowane współpracą na kolagenach, natomiast trzeba też wziąć pod uwagę, że my staramy się być lojalni w stosunku do naszych klientów, no i nie możemy produkować takich samych produktów, żebyśmy nie kanibalizowali sobie starego klienta nowym klientem. Może dla nas to przez chwilę by było korzystne, ale w długofalowym ujęciu nie jest to korzystne. W związku z tym rozmawiamy. To są produkty symilarne, ale nie takie same, które w tej chwili produkujemy.

Jaki poziom przychodów prognozujecie na rok 2025 i 2026?

Dariusz Borowski: Mamy przygotowaną prognozę do celów wewnętrznych, natomiast nie możemy ujawnić szczegółów.

Jakie nowe produkty planuje wprowadzić na rynek spółka do końca 2026 roku?

Radosław Maziarz: Szanowni Państwo, szanuję dociekliwość. Nie możemy zdradzać takich rzeczy. Państwo są inwestorami, ale wśród inwestorów może być również konkurencja. Odpowiem troszeczkę w nawiązaniu do początku naszego spotkania.

Marcin Ciecierski: Ja myślę, że można powiedzieć wiele. I to by było na tyle. Wiele produktów będzie. Nie możemy powiedzieć nic więcej w tym temacie.

Proszę skomentować sezonowość w działalności.

Marcin Ciecierski: To może ja. Sezonowość w działalności. My nie robimy kożuchów, więc nasz sezon to nie zima, tylko lato, ponieważ robimy napoje. Więc widzimy tutaj pewnego rodzaju fluktuacje naszych obrotów i wpływ na pogody, co się dzieje za oknem. Natomiast na szczęście aż tak bardzo nas to nie dotyczy, chociażby tak jak wodziarzy. W momencie, kiedy mamy pogodę, która przez miesiąc pali 30 stopni i zaczynają być dziury na półkach w Biedrze albo w Lidlu, albo w innych biznesach, bo nie wyrabiają z produkcją, to tam widać tę sezonowość bardzo mocno. U nas na szczęście to jest mniej widoczne i ta krzywa jest bardziej wypłaszczona. Co dla nas, naszym zdaniem, to jest przewaga znowu, bo jesteśmy bardziej policzalni. Jesteśmy w stanie zaplanować pewnego rodzaju obroty nie bardzo skorelowane z samą pogodą. Oczywiście ona ma bardzo duży wpływ, chociażby na promocje i na in-out'y w różnego rodzaju sieciach. To wtedy nam ogranicza możliwości. Natomiast nasza krzywa sezonowości jest dość płaska. To nie znaczy, że jej nie ma, ale jak Państwo będziecie się przyglądać na obroty poszczególnych miesięcy, to będziecie mogli to zauważyć. One czasem będą zafałszowane, bo na przykład wprowadzamy nowy produkt, więc nie będzie widać w danym momencie, że mamy załamanie na core biznesu, bo mamy nowe produkty, bo cały czas to jest święta zasada naszego Radziola. Radziol mówi jedną rzecz: „Panowie, nowości drajują rynek”. W związku z tym my musimy być cały czas na bieżąco. Ja to rozumiem w ten sposób. Na bieżąco to nie znaczy, że ja wymyślam produkty. To nie znaczy, że jeden Darek, Radek, czy drugi Darek wymyśla produkty. Jest do tego R&D, gdzie my tak naprawdę możemy wskazać kierunek, który nas zainteresował, bo my mamy ewentualnie taką historię, że mamy trochę wyczucia też biznesowego, ale te produkty, które widzicie, chociażby Ya!&Soda, to zespół stworzył, to nie my stworzyliśmy. My widzieliśmy tylko w tym potencjał, natomiast młodzi ludzie, tam są ludzie po 23, 28, 30 lat, to oni mówią nam, jak ma ta etykieta wyglądać, bo pewnie tak, jak ja bym stworzył etykietę na koncentraty, to pewnie byście Państwo nie kupili tego, bo byłoby tylko dziadkiem tam pachniało, albo jakąś jeszcze „Babcią Jadzią”, bo to moje pokolenie, więc ja postrzegam te produkty w taki sposób. Natomiast nowa krew, jestem z tego bardzo dumny, nowa krew, młodzi ludzie. Mamy dziewczynę z marketingu, która skończyła we Francji studia w tym kierunku. Bardzo mocno stawiamy na rozwój i na badanie i rozwój. To jest nasza duma.

Czy produkty Ya!&Soda mają największy wpływ na wyniki w drugim kwartale?

Marcin Ciecierski: Nie, nie, nie. Struktury Państwu oczywiście też nie możemy podać, no bo nie wiemy, kto po drugiej stronie tego ekranu siedzi, bo być może właśnie dyrektor finansowy, który jest w naszej konkurencji. Natomiast ogólnie rzecz biorąc, nie. Wszystko się składa, poszczególne departamenty, czy poszczególne linie asortymentowe dają efekt, który Państwo dzisiaj widzicie.

Jak wygląda sprzedaż spółki w trzecim kwartale? Czy w trzecim kwartale można oczekiwać lepszych wyników niż w drugim?

Marcin Ciecierski: No to znowu nie możemy nic na ten temat powiedzieć, w którym Państwo uczestniczycie w giełdzie, a więc giełda daje za to 5 milionów kary. Może któryś z Panów, może Panowie powiedzieli, bo ja nie, więc ja nie.

Dariusz Borowski: Czekamy na zakończenie kwartału, zobaczymy, podsumujemy wyniki i opublikujemy w odpowiednim czasie.

Od kiedy sprzedawana jest linia Ya!&Soda i od kiedy występuje ona w Biedronce?

Radosław Maziarz: Jeśli chodzi o linię produktów Ya!&Soda, generalnie pierwszą sprzedaż zrealizowaliśmy w pierwszej połowie ubiegłego roku, bo to, jak dobrze pamiętam, pierwszy kwartał. Jeśli chodzi o produkty Ya!&Soda, my sukcesywnie podejmujemy działania promocyjne związane z pojawieniem się tam naszych produktów, szczególnie przy okazji ich premier. Ostatnia premiera z mili0nerką, było to fajnie pokazane w social mediach i planujemy kolejne działania zarówno z Biedronką, jak i z pozostałymi odbiorcami naszymi w zakresie sprzedaży koncentratów Ya!&Soda.

Czy zarząd może podać strukturę przychodów w podziale na rodzaj produktu?

Dariusz Borowski: Nie, nie podajemy takich rzeczy niestety.

W pierwszym kwartale spółka rozpoczęła produkcję napojów ISAP dla sieci Biedronka. Uprzejmie proszę o informację jaki udział w przychodach spółki stanowi ten produkt? Czy obecne moce produkcyjne są wystarczające, aby w pełni zaspokoić zapotrzebowanie sieci? I czy Biedronka sygnalizuje zwiększenie zapotrzebowania na ten produkt w kolejnych okresach?

Marcin Ciecierski: Dla osoby, która zadała to pytanie, myślę, że odpowiedź już zna z wypowiedzi poprzednich, które żeśmy mówili. Nic więcej nie mogę tutaj powiedzieć. Rozwój zakładu nie jest po to, że my lubimy fajne klocki, tylko my mamy jakiś cel w tym. Proszę sobie wykminić albo wydedukować, co się w tym temacie ma wydarzyć.

Radosław Maziarz: Aby jednak dopowiedzieć, jesteśmy w stanie zrealizować wpływające do nas zamówienia zarówno jeśli chodzi o syropy, jak i koncentraty, jak i produkty kolagenowe.

Dariusz Borowski: Także zakład ma zdolności produkcyjne.

www.excellence-sa.com

