



**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU**  
**ZAKŁADÓW PORCELANY STOŁOWEJ**  
**„LUBIANA” S. A.**

**Z DZIAŁALNOŚCI ZA 2022 ROK**

## I WSTĘP

Spółka akcyjna powstała w 1992 roku w wyniku przekształcenia przedsiębiorstwa państwowego Zakłady Porcelany Stołowej „Lubiana” w Lubianie.

12 września 1995 roku Skarb Państwa jako jedyny akcjonariusz włączył spółkę do programu narodowych funduszy inwestycyjnych 16 września 2002 r VII NFI im Kazimierza Wielkiego S A, jako akcjonariusz wiodący, sfinalizował proces prywatyzacji Spółki zbywając akcje na rzecz Spółki giełdowej ZPJ „Wistil” S A, która następnie odkupując akcje od funduszy mniejszościowych była w posiadaniu 90,7% akcji ogółem.

W roku obrotowym 2022 Spółka działała w oparciu o ustawę o działalności gospodarczej, kodeks spółek handlowych, a także inne właściwe przepisy prawa.

„Lubiana” S A jest przedsiębiorstwem jednozakładowym, którego przedmiotem działania jest produkcja i sprzedaż porcelany i galanterii porcelanowej, działalność handlowa oraz świadczenie usług.

Podstawowe informacje o Spółce:

- Nazwa spółki: Zakłady Porcelany Stołowej „Lubiana” Spółka Akcyjna
- Adres: 83-407 Lubiana k/ Kościerzyny, woj. pomorskie  
telefon: 058/686-37-84, 686-37-86, 686-37-87  
e-mail: lubiana@lubiana.pl  
www.lubiana.com.pl
- Konta bankowe: mBank S.A. Warszawa, ul. Prosta 18  
Nr rachunku: 95114010650000220369002001  
Bank Polska Kasa Opieki S.A. Warszawa, ul. Grzybowska  
53/57  
Nr rachunku: 12124035101111001101546530  
BNP Paribas S.A. Warszawa, ul. Kasprzaka 10/16  
Nr rachunku: 57175013250000000021307335
- REGON: 190037085
- Nr identyfikacji. VAT: 591-000-41-44
- Kod kreskowy o numerze: 5900245 w międzynarodowym systemie znakowania towarów EAN
- Nr BDO 000000976

**Władzami Spółki są:**

- Zarząd
- Rada Nadzorcza
- Walne Zgromadzenie

**Skład Zarządu:**

W roku obrotowym 2022 w skład Zarządu wchodził:

1. Zbigniew Andrzejewski - Prezes Zarządu, Dyrektor Generalny
2. Rafał Zimmermann - Członek Zarządu, Dyrektor ds. Sprzedaży Eksportowej
3. Maciej Chachaj - Członek Zarządu.

Kapitał akcyjny Spółki „Lubiana” S A wynosi 2 015 248,- złotych (słownie: dwa miliony piętnaście tysięcy dwieście czterdzieści osiem) złotych i dzieli się na 650 080 (słownie: sześćset pięćdziesiąt tysięcy osiemdziesiąt) akcji o wartości nominalnej 3,10 złotych (słownie: trzy złote dziesięć groszy) każda.

Struktura własności w Zakładach Porcelany Stołowej „Lubiana” SA na dzień 31.12.2022 r. przedstawia się następująco:

- „WISTIL” S. A. w Kaliszu	-	97,6 %
- Pozostali akcjonariusze	-	2,4 %

i jako forma własności stanowi własność mieszaną w sektorze prywatnym z przewagą własności prywatnej krajowej pozostałej (225).

Na dzień 31.12.2022 roku Spółka zatrudniała pracowników 1.182,72 w etatach, w tym 928,09 etaty produkcyjne.

## **II Sytuacja Ekonomiczno-Finansowa Spółki**

### **2.1 Sytuacja finansowa**

Ocena sytuacji majątkowej Spółki w oparciu o bilans wykazuje wzrost aktywów i pasywów ogółem o 51.565 tys. zł w 2022 r. vs 2021 r., tj. o 39 %.

Analiza struktury majątku trwałego wykazała wzrost rzeczowych aktywów trwałych o kwotę 36.967,3 tys. zł. tj. o 93,6 %. Tak znaczący wzrost rzeczowych aktywów trwałych wynikał głównie ze wzrostu pozycji urządzenia techniczne i maszyny (zmiana in plus o 33,8 mln. zł.), w związku z wyposażeniem nowo wybudowanej hali produkcyjnej.

Majątek obrotowy wzrósł o 14.446,7 tys. zł (wzrost o 21,6%) w efekcie zwiększenia stanu zapasów

o 7.886,29 tys. zł (tj. o 26,7 %), oraz zwiększeniu salda należności krótkoterminowych o 6.674,02 tys. zł (tj. o 21,1 %).

2. Analiza rachunku zysków i strat w układzie kalkulacyjnym w zakresie przychodów netto ze sprzedaży wskazuje wzrost obrotów w stosunku do roku ubiegłego o kwotę 56.836,2 tys. zł, tj. o 31 %.

Spółka wypracowała zysk na działalności operacyjnej w wysokości 17.104,2 tys. zł tj. o 10.345,6 tys. zł. wyższy w porównaniu z 2021 r.

Poziom wolumenu sprzedaży w trzech kolejnych latach przedstawiał się następująco:

- Rok 2022	-	241 114 tys. zł.	(130,8 %)
- Rok 2021	-	184 278 tys. zł.	(104,8 %)
- Rok 2020	-	175 787 tys. zł.	(107,7 %)

W 2022 roku osiągnęliśmy zysk netto w wysokości 13.233,8 tys. zł.

3. Wskaźniki płynnościowe za trzy kolejne lata przedstawiają się następująco:

Nazwa wskaźnika	2022	2021	2020
płynność finansowa	1,51	1,79	1,97
szybkość spłaty bieżących zobowiązań	0,82	1,00	1,22

4. Nabycie udziałów (akcji) własnych:

W okresie sprawozdawczym Spółka nie nabywała i nie posiadała akcji własnych.

5. Informacja o instrumentach finansowych.

Spółka w 2022 korzystała z kredytów bankowych w celu finansowania zapasów i ograniczenia ryzyka istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych. Spółka zawierała kontrakty typu forward w celu zabezpieczenia ryzyka kursowego.

## 2.2. Czynniki ryzyka

Spółka jest narażona na ryzyka związane z prowadzoną działalnością gospodarczą:

- ✓ Ryzyko kursowe oceniane jest jako istotne. Udział przychodów ze sprzedaży eksportowej wynosi 69% w przychodach ogółem. Ryzyko jest zabezpieczane częściowo kontraktami forward.

- ✓ Ryzyko utraty płynności jest oceniane jako niskie z powodu sprawnego prowadzenia polityki zarządzania kredytem kupieckim umożliwiającym terminowe regulowanie zobowiązań.
- ✓ Ryzyko zmiany stopy procentowej występuje ze względu na finansowanie działalności operacyjnej kredytami bankowymi.

### **III Sprawy rozwojowe w zakresie technik, technologii i produktu.**

#### **3.1 Inwestycje**

Środki finansowe na inwestycje skierowane były głównie w niżej wymienione działania:

- ✓ budowa hali produkcyjno- magazynowej
- ✓ budowa magazynu automatycznego
- ✓ zakup prasa izostatyczna
- ✓ Piec tunelowy do wypału porcelany
- ✓ Urządzenie automatyczne z linią do transportu

Nakłady inwestycyjne w 2022 roku wyniosły 48.548 tys. zł., w tym: w leasingu operacyjnym (bilansowo leasing finansowy) zrealizowano 34,3 mln zł.

#### **3.1 Czynniki wpływające na sytuację Spółki**

ZPS Lubiana S.A. to wiodący producent porcelany stołowej w Europie. Nasze wyroby co roku trafiają na stoły klientów w blisko 40 krajach. Sprzedaż koncentruje na rynkach Unii Europejskiej. Oferta zawiera produkty wysokiej jakości w obecnych trendach kształtów, spełniające oczekiwania klientów.

W roku 2022 globalna koniunktura handlowa została wyhamowana głównie w wyniku wojny w Ukrainie. Szczególnie Europa, w tym również Polska na skutek swojego położenia geograficznego i nowej sytuacji dostępu do surowców, została bardzo mocno dotknięta lawinowo rosnącymi kosztami nośników energetycznych. Bardzo mocno zwiększająca inflacja w wielu krajach doprowadziła do spadku popytu konsumenckiego. Pomimo tak napiętej sytuacji geopolitycznej i niesprzyjającej koniunktury zwiększyliśmy znacząco przychody, szczególnie na rynkach zagranicznych ze 113.007,9 tys. zł. do 166.866,4 tys. zł. (ca 48% wzrostu). Gospodarki krajów Unii Europejskiej zmagają się z wyzwaniem wzrostów kosztów produkcji i cen, wynikiem których jest znaczący spadek siły nabywczej.

W europejskim przemyśle ceramicznych, głównie od drugiego kwartału roku 2022 wzrost kosztów produkcji związany ze wzrostem cen nośników energetycznych (kilkaset % r/r) jest ogromny. Konieczność kilkukrotnych zmian cen produktów powoduje ogromne zamieszanie na rynkach. Część fabryk zмага się z wyzwaniami egzystencjalnymi. Wynikiem tego pojawia się ze strony naszych klientów konieczność ponownego i częściowego realokowania zakupów poza krajami UE, głównie na Dalekim Wschodzie i Turcji.

Pomimo bardzo trudnej i złożonej globalnej sytuacji gospodarczej, Zarząd ZPS Lubiany S.A. określa wyniki i sytuację fabryki w roku 2022 jako bardzo dobrą. Spółka wypracowała zysk na działalności operacyjnej w wysokości 17.104.196,14 zł, jest on o wyższy od zysku roku 2021 o 153%. Głównym powodem tak wysokich wyników było pełne obłożenie mocy produkcyjnych, bardzo duży wzrost sprzedaży.

Rok 2022 to kolejny, bardzo trudny rok w branży. Nadal wiele fabryk borykało się z ogromnym niedociążeniem produkcji i wysokimi wzrostami kosztów produkcji. Głównie w wyniku wojny w Ukrainie, kryzysu energetycznego sytuacja kosztowa fabryk porcelanowych, gdzie zależność od czynników energochłonnych jest bardzo duża, stała się bardzo trudna, a wielu przypadkach nawet dramatyczna.

Pomimo wyzwań opisanych powyżej, fabryka pracowała przez okres całego roku 2022 bez spadków produkcji, wykorzystując maksymalnie swój potencjał produkcyjny.

Podobnie, jak w latach uprzednich, Lubiana dostosowuje się do zmieniającej się sytuacji rynkowej. Wdrożenia produktowe kierujemy jeszcze bardziej w formę zdobienia barwnymi szklivami lub dodawanie reliefów na kształtach już istniejących. Rok 2022 to okres przeprowadzenia kilkukrotnej korekty cenowej na wszystkich rynkach w niespotykanej do tej pory skali. Zmiany te były dla fabryki konieczne, z drugiej strony nie pozostają one bez reakcji klientów na zmiany zachodzące na poszczególnych rynkach

Pozyskaliśmy zamówienia bardzo dużego wolumenu, realizowane głównie na rynkach Francji i Niemiec. Co ważniejsze dla fabryki nastąpiło okresowe „odmrażanie” sektora HoReCa z ograniczeń pandemicznych. Segment ten dla Lubiany jest strategicznie istotny, ze względu na swoją stabilność i powtarzalność zamówień.

W Polsce wystąpiły kolejne wzrosty w zakresie kosztów produkcji, głównie wynagrodzeń, nośników energii jak i surowców, czyli składników prowadzenia działalności, co czyni ją bardziej skomplikowaną.

Dla Spółki nadal dużym wyzwaniem jest utrzymanie kadry pracowniczej. Kontynuowaliśmy uzupełnianie kadry pracowniczej poprzez outsourcing pracowników z Ukrainy. Zapowiadane wzrosty kosztów pracy w roku 2023 powodują bardzo duże obawy, dotyczące zdolności konkurencyjności na wielu rynkach, szczególnie wobec faktu, iż zmiana kosztów zakupu nośników energetycznych, płac, kosztów kartonów, europalet itp. będzie bardzo znacząca.

### **3.4. Sprawy Techniczne i technologiczne**

W 2022 roku kontynuowano dalszy rozwój Spółki w zakresie parku maszynowego, remontów, konserwacji maszyn, urządzeń produkcyjnych. Wiele prac ukierunkowanych było na redukcję zużycia gazu i energii elektrycznej oraz dbałości o środowisko.

W 2022 r. Spółka zakończyła rozbudowę fabryki o Nową Halę Produkcyjną. Celem przedsięwzięcia była inwestycja w budowę nowej hali produkcyjnej i jej wyposażenie w nowe środki trwałe. W wyniku realizacji tej inwestycji Zakłady Porcelany Stołowej „Lubiana” S.A. wdrożyły w działalność firmy m.in. nowoczesny proces produkcyjny porcelany, jak również możliwość produkcji innych wyrobów ceramicznych, szkliwionych barwnie natryskiem. Istotą tego projektu jest skupienie się na wprowadzeniu nowej gamy produktów zgodnej z trendami rynkowymi i zapotrzebowaniem klientów oraz utrzymanie wiodącej pozycji na rynku.

## **IV. Informacja o otoczeniu i rynkach zbytu**

### **4.1. Ogólna charakterystyka rynku**

Sytuacja handlowa ZPS Lubiana SA w roku 2022 jest określana przez Zarząd Spółki jako bardzo dobra. Fabryka posiadała bardzo duży portfel zamówień, również dużego wolumenu. Fabryka mierzy się nadal z bardzo silną ofertą firm konkurencyjnych i dużym spadkiem popytu, szczególnie w pierwszej połowie roku w sektorze gastronomicznym. Nadal część klientów poszukuje innych wyrobów ceramicznych niż porcelana, ten trend nadal się utrzymuje, a nawet nieznacznie wzrasta.

Rok 2022 pozwolił nam utrzymać posiadaną bazę stałych klientów, zarówno za granicą, jak i w kraju, która pozwalała reagować sprawnie na zachwiania popytowe i szybko je równoważyć. W bardzo trudnym okresie, jakim był rok 2022 udało się nam bazować na relacjach z klientami opartych na długoletniej współpracy handlowej. Pozwoliło to w wielu przypadkach wykreować plany i wdrożenia, które okazały się kluczem do ciągłej realizacji produkcji i sprzedaży. Lubiana konkuruje na rynku przede wszystkim jakością, ofertą i ceną. Nie bez znaczenia jest serwis oferowany przez fabrykę, czyli cały łańcuch dostawy towaru, od wdrożenia produktu,

poprzez produkcję wyrobów, kartonów, elastyczną politykę cenową, jak i bardzo sprawną logistykę.

W roku 2023 planujemy w pełni uruchomić produkcję z nowej hali produkcyjnej, również w innych masach ceramicznych, wdrażać kolejne kolory, jak i typy szkliv i fasonów wpisujących się w trendy rynkowe.

Poniżej przedstawiono sprzedaż wyrobów gotowych w podziale na kierunki sprzedaży

Sprzedaż wyrobów ('000PLN)	<u>2020 rok</u>	<u>2021 rok</u>	<u>2022 rok</u>
Sprzedaż krajowa	39.430,5	56.852,2	59.407,8
Sprzedaż eksportowa	126.076,7	113.007,9	166.866,4
Sklep – Łubiana	4.605,8	5.541,2	7.151,6

#### **4.2. Charakterystyka rynku krajowego**

W 2022 roku Spółka osiągnęła przychody z tytułu sprzedaży krajowej w wysokości 66,5 mln. zł, na które złożyły się przychody porcelany, towarów oraz usług.

Na rynku krajowym przychody ze sprzedaży wzrosły o prawie 4% w stosunku do roku ubiegłego. Jednak z powodu trudnej sytuacji gospodarczej, wysokiej inflacji oraz wojny na Ukrainie, przychody krajowe zostały wykonane na poziomie 90% w stosunku do założonego budżetu. W 2022 r. z uwagi na drastyczny wzrost cen gazu, energii pogłębiała się trudna sytuacja w segmencie HoReCa, co miało bezpośredni wpływ na bardzo ograniczone zamówienia na porcelanę stołową dla tego segmentu. Nadal w strukturze asortymentowej dominujący udział stanowił segment porcelany domowej.

#### **4.3. Charakterystyka eksportu**

Większość roku 2022 to zmniejszona aktywności klientów europejskich głównie w wyniku wojny. Pozytywne sygnały notowaliśmy w segmencie HoReCa w krajach, takich jak Hiszpania, Włochy, Francja, Belgia, Rosja, Ukraina, Meksyk, gdzie zamrożenie tego sektora trwało blisko półtora roku. Kraje te, jak i segment gastronomiczny stanowił dla nas podstawowy kanał dystrybucji. Bazując kolejny rok na długoletnich relacjach z klientami udało się zapewnić taki



portfel zamówień, który umożliwił pełne obłożenie produkcji i pozwolił zrealizować założenia budżetowe, a nawet znacząco je poprawić, co uważamy za ogromny sukces.

W roku 2022 pomimo wojny i globalnej sytuacji osiągnęliśmy:

- pełne obłożenie produkcji Spółki zamówieniami,
- zapewniliśmy bardzo rytmiczną sprzedaż i optymalne przepływy finansowe,
- dokonaliśmy kilku, bardzo znaczących korekt cenowych
- utrzymaliśmy dyscyplinę kosztową

Sukcesem w 2022 r. było wzorem kilku lat uprzednich, pozyskanie zamówień bardzo dużego wolumenu. Zrealizowaliśmy kontrakty m.in. dla klienta, Van-Well - Niemcy o wartości ca 3,56 mln €, TCC Global - Niemcy 3,30 mln € i Francja ca 4,80 mln €, Eva Solo Dania - 1,23 mln €. Bardzo istotnym czynnikiem było utrzymanie silnej pozycji w Niemczech, Danii, jak i umocnienie we Włoszech.

Poniżej przedstawiamy wyniki sprzedaży eksportowej w tys. pln. w latach 2020 - 2022 na podstawowych rynkach.

<b>Kraj / [000 PLN]</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Niemcy	33 953	52 269	61 790
Włochy	10 018	18 876	34 610
Francja	55 335	12 232	29 203
Dania	4 683	7 331	8 497
Holandia	7 557	5 640	8 153
Hiszpania	2 228	3 393	5 692
Belgia	2 334	3 880	3 925
Szwajcaria	3 956	2 501	2 947
Austria	1 451	1 438	1 921

Obierana jest strategia optymalizacji kosztowej przy wykorzystywaniu zdolności i potencjału fabryki. Dodatkowo przeprowadzono ustalenia z wszystkimi klientami zmieniające poziom cen na lata 2022 i 2023.

## V. Charakterystyka produktu

### 5.1. Oferta

Nasz produkt, to w dalszym ciągu obok jakości i ceny, czyli łącznie serwisu nasza największa przewaga konkurencyjna. Oferta produktowa ewoluuje i poszerza się każdego roku. Obecnie oprócz kształtu wyrobu, niezwykle istotna jest jego kolorystyka, nie tylko w formie zdobienia kalką czy farbą. Trendy nadal i wyraźnie pokazują, iż klienci szukają przede wszystkim barw, kolorów reaktywnych, matowych i reliefów. Dodatkowo dostrzegamy powrót klientów do kształtów tradycyjnych, czyli regularnych lub organicznych, wyraźnie zmniejsza się popyt na wyroby nieregularne, kwadraty, czy prostokątny. Spółka posiada zasoby technologiczne, aby za tymi trendami podążać. W roku 2022 zrealizowaliśmy inwestycję nowej hali produkcyjnej, umożliwiającej produkcję i oferowanie klientom wyrobów z innych mas ceramicznych. Uniwersalność rozwiązania pozwala nam również produkować optymalnie kosztowo wyroby porcelanowe. Zrealizowano również inwestycję drukarki cyfrowej, która znacznie obniża koszty dekorowania, jednocześnie zwiększając wydajność. Wdrażamy kolejne kolory i typy szkliw, planując jednocześnie inwestycje w tym kierunku w przyszłym roku.

35 fasonów + setki asortymentów i akcesoria, łącznie 2000 kształtów.

- Możliwość realizacji projektów własnych klientów.
- Porcelanę dla segmentu HoReCa, jak również użytku domowego.
- Produkcja 3,0 mln sztuk wyrobów miesięcznie, w tym 1,0 mln kubków i filiżanek.
- Produkcja i sprzedaż miesięczna na poziomie średnim ponad 1200 ton.
- Produkcja do 250 ton innych wyrobów ceramicznych
- Druk cyfrowy dekoracji

Wyroby Lubiany wyróżniają następujące cechy:

- 100% gwarancji spełnienia wszystkich wymogów sanitarnych,
- wysoka wytrzymałość mechaniczna i termiczna – wyroby są żaroodporne, wyjątkowa twardość szkliwa,
- ok. 90% z oferowanych dekoracji posiada wieczystą gwarancję -są wtopione w szkliwo, co powoduje, że są praktycznie niezniszczalne,
- wszystkie wyroby (z wyłączeniem dekorowanych złotem i platyną) nadają się do użytkowania w zmywarkach oraz kuchenkach mikrofalowych.

## **5.2. Polityka cenowa**

Spółka od wielu lat prowadzi zrównoważoną i ostrożną politykę cenową, bazując głównie na poziomie kosztów, zdolności produkcyjnej, wielkości i potencjału produkcyjnego, dopasowując je do sytuacji rynkowej, poziomu popytu, jak i zdolności konkurencyjnej. Polityka cenowa i zmiany cen są bardzo wrażliwą materią ze względu na pojawiające się bardzo duże zagrożenie konkurencyjne na rynku. Konkurujemy serwisem, jakością, szybkością dostawy, a przede wszystkim różnorodną ofertą.

Rok 2022 i zmiany cen, głównie nośników energii i surowców wymógł na Spółce znaczące i kilkukrotne zmiany cen produktów końcowych. Zostały one przeprowadzane są długofalowo w trakcie całego roku, tak aby gwarantować klientom bezpieczeństwo, stabilność i ciągłość zakupów. W związku z planowanym bardzo wysokim wzrostem kosztów produkcji w roku 2023 Spółka planuje kolejną zmianę cen swoich produktów.

## **5.3. Marketing i Promocja**

Udział w targach, budowanie relacji z szefami kuchni, restauratorami zwiększyło postrzeganie marki jako solidnego, godnego zaufania partnera o ugruntowanej pozycji dostawcy rozwiązań w zakresie zastawy stołowej. W Polsce wzięliśmy udział w dwóch dużych wydarzeniach targowych Eurogastro oraz Horeca. Obecność na tych wydarzeniach miała duży wpływ na wzrost rozpoznawalności marki u wpływowych i szanowanych za swoją pracę person z segmentu Horeca. Działalność promocyjna w roku 2022 została zaplanowana tak, by była maksymalnie efektywna. Działania marketingowe zostały powiązane z poszukiwaniem nowych klientów, budowania pozytywnego wizerunku marek Polskiej Grupy Porcelanowej i były realizowane przy współpracy z wydawnictwami branżowymi i działaniami digitalowymi, zwłaszcza Social Media.

## **VI. Oświadczenie na temat informacji niefinansowych**

### **6.1. zwięzły opis modelu biznesowego jednostki, kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością Spółki**

Opis modelu biznesowego oraz kluczowych niefinansowych wskaźników efektywności związanych z działalnością Spółki został zawarty w punktach I-V niniejszego sprawozdania.

## **6.2 opis polityk stosowanych przez jednostkę w odniesieniu do zagadnień społecznych, pracowniczych, środowiska naturalnego, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji, a także opis rezultatów stosowania tych polityk**

W Spółce stosuje się procedury i terminy określone przepisami Kodeksu pracy i ustaw szczególnych, w tym ustawy o związkach zawodowych. Dialog społeczny jest prowadzony w dobrej wierze i z poszanowaniem zasad współzycia społecznego, a jego uczestnicy są równi wobec prawa. W spółce funkcjonują trzy związki zawodowe. Realizowana strategia relacji z partnerem społecznym jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa. W 2022 roku został wprowadzony Regulamin przyjmowania zgłoszeń oraz prowadzenia działań następczych. W Spółce nie odnotowano w 2022 r. żadnego zgłoszenia nieprawidłowości.

Spółka rygorystycznie przestrzega norm i przepisów związanych z bezpieczeństwem pracy i ochroną środowiska. Dbamy o środowisko naturalne poprzez wiele działań proekologicznych takich jak, innowacje pozwalające ograniczyć zużycie energii, emisję CO<sub>2</sub>, segregacja odpadów, a poprzez trwałość naszych wyrobów wpisujemy się w nurt „zero waste”. W 2022 r. na Spółkę nie zostały nałożone kary w związku z naruszeniem przepisów ochrony środowiska.

## **6.3 opis procedur należytej staranności - jeżeli jednostka je stosuje w ramach polityk, o których mowa w pkt 6.2**

Spółka rygorystycznie przestrzega ogólnie obowiązujące przepisy i normy prawne w tym zakresie.

## **6.4 opis istotnych ryzyk związanych z działalnością jednostki mogących wywierać niekorzystny wpływ na zagadnienia, o których mowa w pkt 6.2**

W ocenie Zarządu jednostki ryzyka o których mowa w powyższym punkcie nie wystąpiły w 2022 roku.

## **VII. Przewidywana sytuacja Spółki**

Spółka posiadała na koniec roku 2022 stabilny portfel zamówień, gwarantujący pełne obłożenie produkcji na kolejne miesiące. Strategicznie ważni klienci postrzegają Spółkę jako rozwijające się przedsiębiorstwo, bardzo wiarygodnego i przewidywalnego partnera. Często jest to jeden z powodów, decydujących o lokowaniu zamówień w Spółce, szczególnie wobec zmieniającej się globalnej polityki handlowej i sytuacji geopolitycznej.

Oferta „Lubiany” jest nadal bardzo atrakcyjna dla klientów z powodu liczby wyrobów, różnorodności kształtów i bardzo wysokiej jakości, jednak ze względu na rosnące koszty produkcji musimy jeszcze bardziej aktywnie wdrażać projekty optymalizacyjne.

Rok 2023 będzie to rok kolejnych, bardzo dużych wyzwań, zapewne największych od kilkunastu ostatnich lat. Szczególnie wobec niestabilnej sytuacji globalnej, wojny w Ukrainie, inflacji na wielu rynkach, pojawiającego się zagrożenia recesją, zagrożeń polityczno-społecznych, bardzo wysokich wzrostów kosztów produkcji i niepewności ciągłości łańcuchów dostaw. Spodziewamy się, wobec znaczących podwyżek cen, dalszego spadku popytu konsumpcyjnego na nasze wyroby. Spółka będzie się orientować bardziej na segment HoReCa, jak i próbować pozyskiwać zamówienia dużego wolumenu bazując na relacjach z kluczowymi klientami branży.

Spółka posiada wystarczające środki na realizację zamierzeń inwestycyjnych:

- modernizacja parku maszynowego,
- produkcji kolejnych narzędzi do wyrobów,

Zakładamy, iż głównym czynnikiem determinującym rozwój fabryki w roku 2023 i w kolejnych latach będzie poziom kosztów produkcji. Podlega on gwałtownemu zwiększeniu, głównie poprzez wzrost cen nośników energii, surowców, opakowań i płac. Spółka różnice te zamierza niwelować głównie poprzez program optymalizacji poziomu kosztów, ale również poprzez wdrażanie nowych produktów, również z innych mas, dzięki którym będzie możliwe uzyskanie wyższej marży, podejmowanie działań prowadzących do umacniania osiągniętej na głównych rynkach pozycji, ekspansję na nowe rynki. Naszym celem jako stale rozwijającego się przedsiębiorcy, jest zwiększanie możliwości produkcyjnych, poszerzanie gamy wytwarzanych produktów poprzez wprowadzanie innowacji produktowych, udoskonaleń do produktów oferowanych już na rynku, jak również usprawnianie procesu wytwarzania produktów porcelanowych.

W strefie Euro zakładamy znaczący spadek konsumpcji prywatnej. Zauważamy wyraźną poprawę sytuacji w segmencie gastronomicznym, który zamierzamy wykorzystać.

Wzorem lat ubiegłych w centrum naszej uwagi znajduje się oferta. Jest ona z jednej strony wynikiem połączenia designu produktu, surowców i naszych kompetencji do jego wytworzenia, a z drugiej gwarantuje funkcjonalność i jakość.

Gospodarka światowa, głównie w drugim kwartale roku 2022 została wyhamowana przez wojnę na Ukrainie. Europa w największym zakresie ponosi jej konsekwencje poprzez gwałtowne wzrosty kosztów nośników energetycznych. Rosnąca inflacja w wielu krajach powoduje zakłócenia w światowych łańcuchach logistycznych, kreując niepewność.

Rok 2023 zapewne będzie rokiem bardzo trudnym z mnogością wyzwań, głównie kosztowych, jak i popytowych na wielu rynkach. Wszelkie nasze działania obecnie prowadzone mają na celu zapewnienie ciągłości produkcji i stabilności prowadzenia działalności przez naszą Spółkę. Na podkreślenie zasługuje również fakt, że jako firma nieustannie się rozwijamy, czego efektem jest uruchomiona w grudniu i oddana do użytku nowa hala produkcyjna z innowacyjnym i ekologicznym procesem technologicznym, wdrażane kolejnych narzędzi Lean Manufacturing, innowacyjność produktowa i widoczne zadowolenie klientów.

Rafał Zimmermann

Maciej Chachaj

Zbigniew Andrzejewski

Członek Zarządu

Członek Zarządu

Prezes Zarządu

Łubiana, 02.03.2023 r.