

# List Zarządu

## Szanowni Państwo

Oddajemy w Wasze ręce dwunasty raport z działalności Grupy Polskie Składy Budowlane S.A. Przez tyle lat staramy się wspólnie z Państwem rozwijać organizację, której zasadniczym celem jest tworzenie optymalnych relacji środowiska kupieckiego, przemysłowego i usługowego, aby razem jak najlepiej zaspokoić potrzeby budowlano-remontowe naszych rodaków.

Rynki są nierozzerwalnie związane z cyklami koniunkturalnymi - kryzys roku 2009 zostawił wyraźne piętno na wynikach składów PSB – wówczas przeciętna nasza hurtownia zmniejszyła swoje przychody o 8%, a prawdopodobnie średnia rynkowa była znacząco niższa. W roku 2010 Spółka obsługiwała 287 firm kupieckich, których łączne przychody ze sprzedaży materiałów dla budownictwa wyniosły 4,7 mld zł. Wzrost liczebności członków Grupy o 34 nowe sklepy zaowocował aż 13% wzrostem łącznych przychodów całej sieci w stosunku do efektów roku 2009, jednak porównanie rezultatów dla tej samej populacji firm wskazuje na realny spadek obrotów o 1,4%.

Na tym tle znacząco lepiej przedstawiają się wyniki Spółki – jej całkowite przychody wzrosły o 11% i wyniosły 1,3 mld zł, co uplasowało nas w rankingu dziennika „Rzeczpospolita” na 223 miejscu największych firm w całym kraju. W minionym sezonie skala nakładów inwestycyjnych wyniosła 11,2 mln zł. Największymi przedsięwzięciami Spółki były: zakupy gruntów pod budowę marketów Mrówka w Pińczowie i Jędrzejowie oraz Centrum Logistycznego w Weleczu oraz budowa marketu w Pińczowie, a także zakup maszyn oraz serwerów i sprzętu komputerowego.

W kwietniu, w Centrum Targowym w Kielcach, zorganizowaliśmy VIII Targi Grupy PSB – uczestniczyło w nich 2200 osób - reprezentanci 179 naszych Partnerów i 230 hurtowni PSB. W trakcie tej dwudniowej imprezy zawarto ponad 3700 kontraktów na kwotę 108 mln zł. Uzpełnieniem tej wiosennej akcji nakierowanej na aktywizację sprzedaży w Grupie dzięki niższemu cenom nabytych materiałów były Targi Regionalne – w drugiej połowie sierpnia w 8 regionach kraju zorganizowaliśmy jednolite spotkania handlowe kupców z przedstawicielami dostawców Grupy. Uczestniczyło w nich razem 209 kupców PSB i 35 producentów. Łączna wartość tej późnoletniej akcji przekroczyła 45 mln zł.

Kontynuowaliśmy realizację dotychczasowej strategii marketingowej, organizując szereg kampanii reklamowych i promocyjnych o zasięgu ogólnopolskim i lokalnym. Stałe wysokim powodzeniem na rynku cieszył się program „Buduj z PSB”. Konsekwentnie wykonywane plany zaowocowały wysoką znajomością logo Grupy PSB w społeczeństwie – w połowie 2010 roku deklarowało ją 43% dorosłych Polaków, zaś znajomość logo „PSB-Mrówka” 19% rodaków. Kontynuowaliśmy wydawanie naszego dwumiesięcznika „Głos PSB” i „Barometru Budownictwa”. Byliśmy obecni na stadionach i halach sportowych – mecze, podczas których widniały nasze reklamy, oglądało razem kilkanaście milionów widzów. Kolejny rekord pobiła oglądalność naszych serwisów internetowych PSB – w opisywanym okresie łącznie odwiedziło je ponad pół miliona użytkowników. Nasza firma była opisywana w ponad 700 publikacjach dziennikarskich, stacje telewizyjne wyemitowały kilkadziesiąt wywiadów i komentarzy z udziałem Zarządu Spółki. Budowaliśmy kolejne pylony – wysokie słupy z logo Grupy, zlokalizowane przy składach PSB. Na koniec roku 50 takich słupów wyraźnie uwidaczniało znak firmowy naszej sieci.

W dalszym ciągu prowadziliśmy intensywne szkolenia - ponad 100 Akcjonariuszy, przy pomocy podobnego grona producentów, zrealizowało program edukacyjny dla firm wykonawstwa budowlanego pod nazwą „Szkoły Dobrego Budowania PSB”, szkoląc łącznie ok. 9600 słuchaczy. Kontynuowaliśmy realizację dwuletniego programu szkoleniowo-doradczego dofinansowanego ze środków Unii Europejskiej, było to największe w historii naszej firmy, przedsięwzięcie szkoleniowe o łącznym budżecie 4 mln zł. Razem, w latach 2009-10, podczas 457 dni szkoleniowych uczestniczyło ponad 1600 słuchaczy, właścicieli i pracowników, reprezentujących 159 Akcjonariuszy.

Wyraźnie przyspieszyliśmy plan tworzenia samoobsługowych placówek „PSB-Mrówka”, otwierając 24 nowe sklepy i tym samym zwiększyliśmy całą sieć do 59 marketów. W kolejnych latach czeka nas jeszcze bardziej dynamiczny okres rozwoju tego kanału dystrybucji. Dzięki lekkiej poprawie sytuacji rynkowej i ambitnym planom rozwoju sektora detalicznego, w tym rozbudowie placówek własnych, zwiększyliśmy liczbę zatrudnionych pracowników aż o 20% – w końcu roku centrala zatrudniała 247 pracowników.

Opisywany okres wykorzystaliśmy na pierwsze testy dwu nowych pomysłów dotyczących ekspansji sieci PSB – jeden dotyczy nowej koncepcji centrów budownictwa PSB-Profi, ich celem jest obsługa przede wszystkim firm budowlanych. Drugi kierunek to tworzenie małych sklepów samoobsługowych „Mini-Mrówka” (300-800 m<sup>2</sup>) w miejscowościach gminnych lub małych powiatach. Zasadność obu projektów była badana na 2 pilotażowych placówkach każdej z koncepcji.

Nie zapomnieliśmy o swoich obowiązkach wobec społeczności, w której funkcjonuje nasza firma. Tradycyjnie wspomagaliśmy finansowo bądź materialnie wydarzenia kulturalne w regionie świętokrzyskim, liczne placówki edukacyjne, domy dziecka, szpitale, fundacje, stowarzyszenia, poszkodowanych w wiosennej powodzi. Kontynuowaliśmy bezpłatną wysyłkę naszego dwumiesięcznika do niemal 400 szkół i centrów kształcenia przyszłych adeptów wykonawstwa budowlanego w całej Polsce.

Wyjątkowo niska baza porównawcza z pierwszych 3 miesięcy 2010 roku oraz względnie łagodna, aczkolwiek długa zima, przyniosły skokowe dynamiki osiągniętych przychodów, zarówno przez centralę (34%) jak i sklepy PSB (14,5%). Te wyniki cieszą, ale jeszcze jednoznacznie nie oznaczają wyraźnej i trwałej poprawy w indywidualnym budownictwie mieszkaniowym. Raczej należy spodziewać się, że rok 2011 dla handlu materiałami budowlanymi będzie sezonem o kilka – może kilkanaście procent lepszym od poprzedniego. Będziemy robić wszystko, aby umacniać osiągniętą już wysoką pozycję w naszym sektorze. Dołożymy wszelkich starań, aby poprawić efektywność działań i dać powody Akcjonariuszom i Partnerom do zadowolenia i satysfakcji. Dziękujemy wszystkim Pracownikom i Akcjonariuszom za wkład i zaangażowanie w rozwój ich Firmy.

**Bogdan Panhirsz**



Dyrektor Zarządu

**Mirosław Lubarski**



Członek Zarządu