

I. Activitatea de achizitie

In anul 2015, activitatea de achizitii lapte materie prima s-a realizat prin centre de colectare, microferme, ferme si alti producatori particulari situate in judetele Brasov, Covasna, Mures, Alba si Sibiu. Societatea dispune de 7 mijloace de transport pentru colectarea laptelui, plus 2 cisterne cu remorci.

Orientarea noastra a fost spre o materie prima lapte colectat de la un numar cat mai mic de puncte si cresterea cantitatii colectate de la ferme reducandu-se astfel cheltuielile de colectare si transport, iar pe de alta parte colectarea unei cantitati mai mari de lapte de calitate superioara.

S-a urmarit stabilizarea cantitatii de lapte materie pri ma colectata atat cantitativ cat si calitativ indeplinand normele impuse de UE.

Cantitatea de lapte achizitionata in anul 2015 s-a mentinut la acelasi nivel comparativ cu anul trecut.

II. Activitatea de Vanzari

Comparativ cu anul 2014, structura pe categorii de produse in total venituri si in cifra de afaceri, se prezinta astfel:

Anul	2015		2014	
	Pondere în venituri totale %	Pondere în CA %	Pondere în venituri totale %	Pondere în CA %
Lapte de consum pasteurizat si UHT	22,25%	22,75%	9,29%	9,96%
Produse lactate proaspete	43,12%	44,08%	34,58%	37,07%
Unt	10,13%	10,35%	8,38%	8,98%
Brânzeturi	9,92%	10,15%	10,37%	11,12%
Alte mărfuri si servicii	12,40%	12,68%	15,82%	16,96%

Exportul in anul 2015 s-a situat la valoarea de 3.682.178 Ron, reprezentând produse lactate proaspete si semifabricate .

Masurile de crestere si dezvoltare a activitatii societatii in domeniul vanzarilor, au avut in vedere, in special:

- **Consolidarea si dezvoltarea pozitiei detinute pe piata Brasovului** (home market) prin cresterea calitativa si cantitativa a vanzarilor atat pe canalul **RTL traditional, IKA** dar si abordarea unor canale "noi" de vanzare- HoReCa (avand in vedere ca Brasov este si un important punct turistic al Romaniei). In acest sens dezvoltarea gamei sortimentale cu produse specific canalului HoReCa.
 - o In cadrul acestui obiectiv, dezvoltarea "**Retelei proprii de magazine**" a reprezentat, unul din stalpii de rezistenta, dar si de cresterea a brandului Prodlacta in Brasov.
- **Cresterea vanzarilor in Bucuresti** (piata Bucurestiului reprezinta aprox ¼ din piata Romaniei de lactate), piata cu o puternica reprezentare a canalului IKA. Cresterea **suprafetei de expunere** a produselor Prodlacta in cadrul magazinelor IKA, in special, a reprezentat principala preocupare a echipei de vanzare, data fiind relatia direct ce exista

intre spatiu de expunere in magazin si nivelul vanzarilor. De asemenea, reseaua proprie de vanzare a constituit o alta preocupare majora in cadrul departamentului Bucuresti.

- **Multiplicarea structurii organizatorice a departamentului de vanzari constituit la Brasov si eficientizarea celorlalte departamente de vanzari infiintate (Pitesti, Iasi, Ploiesti si Constanta).**
- **Dezvoltarea vanzarilor realizate in marile retele internationale "IKA"** a reprezentat de asemenea un obiectiv primordial, dat fiind faptul ca peste 50% din piata de lactate din Romania este realizata pe acest canal de vanzare. Dezvoltare ce a avut in vedere atat cresterea sortimentatiei de articole listate cat si crestere numarului de locatii IKA in care Prodlacta sa fie prezenta.
- **Cresterea vanzarilor Prodlacta si in alte categorii de lactate: Acidofile** (sana, chefir, lapte batut), **Branza Fagaras & Cottage, Unt si Smantana**, prin listari de articole, prin sustinere promo in cataloage; printr-o prezenta semnificativa la raft; prin introducerea in sortimentatie de articole noi: iaurt de baut, iaurt cremos, iaurt cu fructe etc.
- **Comunicarea cu consumatorii finali** privind produsele Prodlacta, raportul pret calitate la nivel de magazin dar si prin alti vectori de comunicare.
- **Cresterea gradului de cointeresare a comerciantilor** privind vanzarea produselor Prodlacta prin Politici Comerciale stimulative adaptate fiecarui canal de vanzare: RTL, Distribuitori, HoReCa, IKA, alte institutii.

In anul 2015, portofoliul de produse de SC Prodlacta SA s-a compus din urmatoarele:

Nr crt	PRODUS	MOD DE AMBALARE
1	Lapte consum	
1.2	Lapte proaspat ESL 1.5%	Carton multistrat 1000ml
1.3	Lapte proaspat ESL 3.5%	Carton multistrat 1000 ml
2	Lapte UHT	
2.1	Sapte munti - Lapte UHT 1.5%	Pungi multistrat 1000 ml
2.2	Sapte munti - Lapte UHT 3.5%	Pungi multistrat 1000 ml
2.3	Lapte UHT 1.5%	Cutii carton multistrat 1000 ml
2.4	Lapte UHT 3.5%	Cutii carton multistrat 1000 ml
3.	Iaurt	
3.1	Iaurt 0%	Pahare 140g, 375g
3.2	Iaurt Gras 2.8%	Pahare 140g, 375g
3.3	Iaurt Gras 2.8%	Galeata 900g
3.4	Iaurt Gras 2.8%	Galeata 5 kg
3.5	Iaurt Bifidus 0%	Pahare 125g
3.6	Iaurt Bifidus 3,5%	Pahare 140g, 370g
3.7	Iaurt Bifidus de baut	Pet 320 g
3.8	Iaurt de baut natur, piersic-maracuaia,capsuni	Pet 400 g
4.	Produse lactate acidofile	
4.1	Lapte batut 2%	PET 400g, 900g
4.2	Sana 3.6%	PET 400g, 900g
4.3	Kefir 3.3%	PET 400g, 900g
5.	Smantana	
5.1	Smantana de consum 12%	Pahare 150gr, 375g
5.2	Smantana de consum 12%	Galeata 900g, 5kg
5.3	Smantana de consum 20%	Pahare 150gr, 375g
5.4	Smantana de consum 20%	Galeata 900g, 5kg

5.5	Smantana 15 %	Pahare 150g, 375g
5.6	Smantana 15%	Galeata 5 kg
5.7	Smantana 30%	Pahare 300 g
5.8	Smantana 30%	Galeata 5 kg
6.	Unt	
6.1	Unt de masa cu 65%	Pachete din hartie metalizata de 200g
6.2	Unt superior cu 80%	Pachete din hartie metalizata de 200g
6.3	Unt tartinabil 65%	Pachete din hartie metalizata de 200g
6.4	Unt tartinabil bloc 65%	Cutii carton 2 kg
6.5	Unt bloc 80%	Cutii carton 2 kg
6.6	Unt bloc cu 80%	Cutii carton 12 kg
7.	Branza proaspata de vaci	
7.1	Branza de vaci grasa	Pahare 200 g
7.2	Branza de vaci grasa	Casete 500 g
7.3	Branza de vaci grasa	Galeata 5 kg
7.4	Branza de vaci dietetica	Pahare 200 g
7.5	Branza de vaci dietetica	Casete 500 g
7.6	Branza de vaci dietetica	Galeata 900 g, 5 kg
7.7	Branza Fagaras 6%	Pahare 200 g
7.8	Branza Cottage 4%	Pahare 175 g
7.9	Produs din branza Bucataria Noastra	Caseta 400g
7.10	Produs din branza Bucataria Noastra	Galeatra 4,5 kg
7.11	Specialitate Jardi cu 4 arome	Folie polipropilena 50g
8.	Creme	
8.1	Mascarpone 40%	Pahare 250 g
8.2	Mascarpone 40%	Galeata 1 kg

III . Activitate de Logistica

Principalele obiective ale anului 2015 au fost:

- consolidarea departamentului Logistic
- asigurarea suportului logistic pentru dezvoltarea distributiei pe retail Bucuresti, Ploiesti, Pitesti, Iasi si Constanta si extinderea in retelele IKA
- dezvoltarea distributiei proprii
- monitorizare si optimizare costuri

Pentru extinderea distributiei la nivel national societatea avut incheiat un contract cu cu operatorul logistic Delaco , care a asigurat distributia produselor pentru IKA in tara si pentru distribuitori.

In anul 2015 s-a continuat efectuarea distributiei proprii in judetul Brasov, Valea Prahovei, Ploiesti, Sibiu, Turda, Arges, Pitesti, Iasi, Constanta si Bucuresti, pentru reducerea si optimizarea costurilor de distributie.

Impactul distributiei proprii se regaseste si in total cheltuieli logistice, astfel ca in anul 2015 costurile logistice reprezentau 6,77% din CA, fata de anul 2014 cand ele au reprezentat 6,42% .

IV. Rezultatele economico-financiare

În urma activității desfășurate în anul 2015, s-au obținut următoarele rezultate:

Explicații	2015 Lei	2014 Lei	% 2015/ 2014
Activitatea de EXPLOATARE			
Productia vanduta	43.640.162	41.899.561	104%
Venituri din vanzarea marfurilor	107.265	-	
Cifra de afaceri	43.062.990	41.899.561	103%
Venituri din productia stocata	-1.050.255	1.000.042	-105%
Venituri din productia de imobilizari corporale	77.870	170.792	46%
Alte venituri din exploatare	857.094	1.580.794	54%
TOTAL Venituri Exploatare	42.947.699	44.651.189	96%
TOTAL Cheltuieli din Exploatare	48.757.402	52.260.582	93%
PROFIT/PIERDERE din Exploatare	-5.809.703	-7.609.393	76%
Activitatea FINANCIARA			
Venituri Financiare	1.074.962	272.938	
Cheltuieli Financiare	1.470.259	938.618	
PROFIT/PIERDERE financiara	-395.297	-665.680	
TOTAL ACTIVITATE			
Venituri totale	44.022.661	44.924.127	98%
Cheltuieli totale	50.227.661	53.199.200	94%
Profit brut	-6.205.000	-8.275.073	75%
Impozit pe profit			
Profit net	-6.205.000	-8.275.073	75%

Veniturile din exploatare în 2015 față de 2014 au înregistrat o scădere cu 4%, respectiv cu 1.703.490 lei.

Raportând cheltuielile de exploatare la veniturile din exploatare rezultă în 2015 un cost de 1135,27 lei, față de un cost în 2014 de 1170,42 lei la 1000 de lei venituri realizate în anul anterior, astfel societatea a înregistrat o pierdere din exploatare de 5.809.703 lei, mai mică cu 24% față de anul precedent.

La 31 decembrie 2015 s-a efectuat inventarierea faptică generală a patrimoniului societății. Orice diferențe sau neconcordanțe au fost ajustate prin postarea notelor contabile corespunzătoare.

Contabilitatea unității a fost organizată și condusă în conformitate cu prevederile Legii Contabilității nr. 82/1991, OMF 2861/2009, Codul Fiscal cu modificările ulterioare, înregistrându-se toate documentele întocmite pentru operațiunile economico-financiare aferente exercitiului 2015.

Posturile înscrise în situațiile financiare anuale la 31 decembrie 2015 corespund cu datele înregistrate în contabilitate, reflectate în balanța de verificare a conturilor sintetice.

Capitalul social al societatii inregistrat in contabilitate la finele anului 2015 este in valoare de **64.197.564 lei** .

Numarul de actiuni al societatii este de **47.204.091 actiuni**, avand valoarea nominala pe actiune de 1,36 lei.

Piața organizată pe care se tranzacționează acțiunile este AeRO - BVB .

V. Dezvoltarea activitatii societatii conform normelor UE prin investitii

Societatea PRODLACTA SA detine fabrica de produse lactate in Brasov, clasificata din punct de vedere sanitar-veterinar in categoria A, ca fabrica ce poate realiza produse ce se pot vinde in statele membre UE, avand marca de sanatate ovala L132.

In anul 2015, la fabrica de produse lactate din Brasov, principalele investitii au constat in modernizarea activitatii de desfacere si dotarea sectiilor cu echipamente noi.

Din totalul investitiilor de 847.791 lei efectuate in anul 2015 la Fabrica de produse lactate Brasov, s-au inlocuit instalatii tehnologice, s-au modernizat spatiile de productie si birouri, s-au achizitionat echipamente in vederea re tehnologizarii fluxurilor de productie si pentru largirea gamei de produse lactate. S-a achizitionat autoutilitara pentru activitatea de distributie proprie lactate, si echipamente (vitrine) pentru asigurarea desfasurarii activitatii de comert prin magazinele proprii deschise la Bucuresti.

VI. Aspecte legate de mediu

Din punct de vedere al protecției mediului societatea are autorizatie de mediu valabila.

Nu sunt litigii cu privire la încălcarea legislației privind protecția mediului.

VII. REPARTIZAREA REZULTATULUI

SC PRODLACTA SA a terminat anul 2015 cu o pierdere neta de 6.205.000 lei.

In vederea optimizarii fiscale a impozitelor si taxelor societatii conducerea SC PRODLACTA SA propune ca pierderea aferenta anului 2015 sa fie compensata din profitul inregistrat in urmatoorii ani.

La 31.12.2015 societatea prezenta urmatoarea situatie patrimoniala :

	Indicatori	U.M	Valoare
1	Capital social subscris varsat	Lei	64.197.564
2	Rezerve din reevaluare	Lei	3.356.174
3	Rezerve legale	Lei	427.838
4	Total Activ	Lei	53.345.621
6	Datorii pe o perioada sub un an	Lei	24.248.119
7	Datorii pe o perioada peste un an	Lei	2.871.571
8	Provizioane	Lei	22.570
9	Venituri inregistrate in avans	Lei	37.627
10	Total datorii plus provizioane	Lei	27.179.887
11	Activ net (total activ – total datorii)	Lei	26.165.734
12	Diferenta diminuare activ net fata de capital social/2	Lei	-5.933.048

Astfel pentru a remedia dezechilibrul dintre activul net si capitalul social in concordanta cu prevederile art 153²⁴ din legea 31/1990 modif si republicata, precum si cu respectarea prevederilor legii 297/2004 si a regulamentelor CNVM aplicabile, Consiliul de Administratie a hotarat sa propuna Adunarii Generale Extraordinare a Actionarilor continuarea activitatii societatii iar ca modalitate de echilibrare a activului net si a capitalului social sa decida modalitatea de refacere a acestuia si sa procedeze : fie la reducerea capitalului social cu un quantum cel putin egal cu cel al pierderilor care nu au putut fi acoperite din rezeve, fie la reconstituirea acestuia pana la nivelul unei valori cel putin egale cu jumatate din capitalul social (prin majorare de capital social si/sau reevaluare ale activelor imobilizate).

VIII. SITUAȚIA PRINCIPALILOR INDICATORI ECONOMICI - FINANCIARI la 31 decembrie 2015

Nr. crt.	Indicatori de gestiune	Formula de calcul	UM	Valori în 2015
1.	Lichiditatea Generală	Active circ. x 100	%	42,13
		Datorii pe term.sc		
2.	Lichiditatea redusă	(Act. circ – st.) x100	%	26,04
		Datorii curente		
3.	Solvabilitatea	Capitaluri proprii	%	44,84
		Total Pasive		
		Capital propriu		
		Datorii pe term. sc.		

IX. Evaluarea activității societății privind managementul riscului

Pentru diminuarea riscului de credit, de lichiditate și de cash-flow societatea are încheiate contracte comerciale cu majoritatea clienților în care sunt clar stipulate termenele de plată și penalizările în caz de neplată, iar cu ceilalți clienți se utilizează sistemul de plată la livrare, cash sau cu instrumente de plată și de garantare a plății.

Avand in vedere cele prezentate, propunem spre aprobare Raportul de activitate al Consiliului de Administratie privind exercitiul financiar al anului 2015 si descarcarea gestiunii administratorilor.

X. Obiective importante propuse pentru 2016

Principalul obiectiv urmarit in anul 2016 de catre actionarul majoritar al SC PRODLACTA SA va fi cresterea cifrei de afaceri, eficientizarea costurilor pe fiecare departament de activitate, masuri care sa conduca la imbunatatirea situatiei economice a societatii prin realizarea de profit.

. In privinta vanzarilor principalele obiective sunt :

- Cresterea vanzarilor pe fiecare tip de client printr-o buna executie de piata si prin implementarea unei sortimentatii adecvate;
- Crearea unei retele proprii de distributie nationala pentru comertul traditional;

- Efectuarea de exporturi in pietele unde JLC are deja piata de desfacere , in tarile vecine; precum si oferirea de marca proprie (ale magazinelor) pentru export;
- Retehnologizarea societatii pentru lansarea de fabricatie de noi produse ;
- Modernizarea sectiilor de productie ;
- Crearea unui lant format din 50 de puncte de vanzare proprii ;
- Eficientizarea distributiei proprii prin utilizarea activa a mijloacelor proprii existente precum si prin procurarea a 10 mijloace de transport ;
- Micsorarea cheltuielilor de utilitati cu 15% prin monitorizarea atenta a acestora si prin punerea in functiune a unui punct termic nou.

Presedinte Consiliu de Administratie ,
Vladimir Jordan

