
RAPORT AL CONSILULUI DE ADMINISTRATIE
al S.C. PRODLACTA S.A.
privind exercițiul financiar al anului 2016

ACTIVITATEA SOCIETATII IN 2016

Obiectivul principal de activitate al SC Prodlacta SA in anul 2016 l-a constituit procesarea laptelui din colectare si cumpari si desfacerea produselor lactate catre diversi beneficiari.

1. **Imbunatatirea situatiei economice a societatii,**
2. **Dezvoltarea pietei interne de lapte materie prima conforma normelor UE;**
3. **Eficientizarea activitatii de achizitie lapte materie prima;**
4. **Realizarea de produse noi care sa asigure valorificarea superioara a laptelui;**
5. **Cresterea volumelor vandute in vederea utilizarii optime a capacitatilor de productie existente.;**
 - 5.1. **Dezvoltarea distributiei numerice pentru produsele Prodlacta.**
 - 5.2. **Dezvoltarea retelei de Retail in zonele neacoperite;**
 - 5.3. **Eficientizarea colaborarii cu retele de Hipermarketuri;**
6. **Promovarea si dezvoltarea marcilor de produs;**
7. **Cresterea NOTORIETATII brandului PRODLACTA;**

Societatea comercială PRODLACTA S.A. Braşov înregistrează la finele anului 2016 următoarele:

- **capital social** **51.924.500 lei**
- **rezerve** **3.784.012 lei**

Cu un capital social de 51.924.500 lei societatea a realizat o cifră de afaceri în valoare de 51.905.816 lei.

I. Activitatea de achizitie

In anul 2016, 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. Comparativ cu anul 2015 se constata o crestere a cantitatii de lapte achizitionate in 2016 cu aproximativ 33%. Obiectivul major a fost cresterea cantitatii de lapte colectat de la ferme zootehnice si de la furnizorii interni si diminuarea pretului de achizitie. 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 prima colectata atat cantitativ cat si calitativ indeplinand normele impuse de UE.

La nivelul **anului 2016**, cantitatea de lapte achizitionata a fost de **187.824 hl** fata de **140.942 hl** in 2015, o crestere cu 33,26 % fata de anul 2015.

Cantitate, hl	An 2016[hl]	An 2015[hl]	Diferente [hl]	% 2016/2015
Achizitie lapte	187.824	140.942	46.882	133,26
TOTAL LAPTE	187.824	140.942	46.882	133.26

Obiectivul societății este de a reduce cheltuielile de colectare si transport, prin cresterea cantităților, colectate de la ferme zootehnice .

II. Activitatea de Vanzari

Comparativ cu anul 2015, structura cifrei de afaceri, pe categorii de produse se prezinta astfel:

Grupa de produs/An	An 2016		An 2015	
	Cifra de afaceri [lei]	Pondere grupelor in CA (%)	Cifra de afaceri [lei]	Pondere grupelor in CA (%)
Lapte	8.908.823	17,16%	9.795.572	20,76%
Produse lactate proaspete	20.995.947	40,45%	18.983.183	37,07%
Unt	5.690.652	10,96%	4.457.559	8,98%
Branzeturi	3.117.584	6,01%	4.368.933	11,12%
Inghetata				
Alte marfuri si servicii	13.192.810	25,42%	5.457.744	22,07%
Total cifra de afaceri	51.905.816	100,00%	43.062.900	100,00%

Exportul in anul 2016 s-a situat la valoarea de 14.702.698 Ron, reprezentând produse lactate proaspete in suma de 6.597.416 Ron si semifabricate (lapte normalizat, unt, branza grasa si dietetic) in valoare de 8.105.282 Ron.

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 deschizandu-se 10 magazine proprii.

- **Multiplicarea structurii organizatorice a departamentului de vanzari constituit la Brasov si eficientizarea** celorlalte departamente de vanzari infiintate (Bucuresti ,Pitesti, Iasi, Ploiesti si Bacau).
In cadrul acestui obiectiv , un plus pentru cresterea brandului Prodlacta l-a avut deschiderea retelei proprii de vanzare in departamentele amintite.

- **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. S-a restrains colaborarea pe canalul Kaufland pentru a micsora costurile cu conditiile comerciale , insa s-a deschis colaborarea cu Auchan.

- **Cresterea vanzarilor Prodlacta si in alte categorii de lactate: Acidofile** (sana, chefir, lapte batut, iaurt cu fructe), **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 cointerese a comerciatilor** privind vanzarea produselor Prodlacta prin Politici Comerciale stimulativ adaptate fiecarui canal de vanzare: RTL, Distribuitori, HoReCa, IKA, alte institutii.

In anul 2016, 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-maraculia,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 2016 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
- implementare planificare integrate.

Pentru extinderea distributiei la nivel national societatea a avut incheiat un contract cu operatorul logistic Delaco si Whitland Logistic , care ne -au asigurat distributia produselor pentru IKA in tara si pentru distribuitor.

In anul 2016 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.

S-au luat masuri de eficientizare a costurilor de distributie prin alocarea de mijloace de transport proprii , in detrimental contractelor de prestari servicii de la terti , pentru departamentele de vanzari Pitesti, Ploiesti si Iasi.

In acest sens in anul 2016 s-au inchiriat depozite de produse finite dedicate pentru fiecare departament , asigurand astfel o eficientizare, stabilitate si promptitudine, in procesul de asigurare a desfacerii produselor lactate .

Impactul distributiei proprii se regaseste si in total cheltuieli logistice, astfel ca in anul 2016 costurile logistice reprezentau 5,83% din CA, fata de anul 2015 cand ele au reprezentat 6,16% .

IV. Rezultatele economico-financiare

În urma activității desfășurate în anul 2016, s-au obținut următoarele rezultate:

Explicații	2016	2015	%
	Lei	Lei	2016/2015
Venituri din vanzarea produselor finite si semifabricate	48.767.862	42.186.530	116%
Venituri din vanzarea produselor reziduale	66.462	7.659	868%
Venituri din lucrari executate si servicii prestate	1.054.295	598.112	176%
Venituri din redevente locatii de gestiune si chirii	18.015	443	4067%
Venituri din activitati diverse	336.908	162.981	207%

Venituri din vanzarea marfurilor	1.662.274	107.265	1550%
Cifra de afaceri	51.905.816	43.062.990	121%
Venituri din productia stocata	767.272	- 1.050.255	
Venituri din productia de imobilizari corporale	210.701	77.870	271%
Alte venituri din exploatare	4.043.564	857.094	472%
TOTAL Venituri Exploatare	56.927.353	42.947.699	133%
Cheltuieli cu materii prime si materiale consumabile	30.036.480	24.510.229	123%
Alte cheltuieli materiale	319.414	179.614	178%
Cheltuieli cu energia si apa	2.591.168	2.492.040	104%
Cheltuieli privind marfurile	1.502.267	107.927	1392%
Cheltuieli cu personalul	10.130.734	8.262.193	123%
Amortizari si provizioane ptr.depreciere active	1.694.828	1.635.021	104%
Alte cheltueili de exploatare,d.c.			
- Ch. Privind prestatiile externe	8.341.050	10.501.650	79%
- Ch. cu alte impozite si taxe	843.105	674.601	125%
- Alte Cheltuieli	3.587.849	439.431	816%
- ajustari privind activele circulante	- 61	- 5.540	1%
ajustari privind provizioanele	- 6.049	- 39.764	15%
TOTAL Cheltuieli din Exploatare	59.040.785	48.757.402	121%
PROFIT/PIERDERE din Exploatare	- 2.113.432	- 5.809.703	36%
Venituri Financiare	527.333	1.074.962	49%
Cheltuieli Financiare	910.845	1.470.259	62%
PROFIT/PIERDERE financiara	- 383.512	- 395.297	97%
Venituri totale	57.454.686	44.022.661	131%
Cheltuieli totale	59.951.630	50.227.661	119%
Profit brut	- 2.496.944	- 6.205.000	
Impozit pe profit			
Profit net	- 2.496.944	- 6.205.000	

Veniturile din exploatare în 2016 față de 2015 au înregistrat o creștere cu 33%, respectiv cu 13.979.654 lei.

Raportând cheltuielile de exploatare la veniturile din exploatare rezultă în 2016 un cost de 1037,13 lei, față de un cost în 2015 de 1135,27 lei la 1000 de lei venituri realizate în anul anterior, astfel societatea a înregistrat o pierdere din exploatare de 2.496.944 lei, mai mica de 2,48 ori fata de anul precedent.

La 31 decembrie 2016 s-a efectuat inventarierea faptica generala a patrimoniului societatii. Orice diferente sau neconcordante au fost ajustate prin postarea notelor contabile corespunzatoare.

Contabilitatea unitatii a fost organizata si condusa in conformitate cu prevederile Legii Contabilitatii nr. 82/1991, OMF 2861/2009, Codul Fiscal cu modificarile ulterioare,

inregistrandu-se toate documentele intocmite pentru operatiunile economico-financiare aferente exercitiului 2016.

Posturile inscrise in situatiile financiare anuale la 31 decembrie 2016 corespund cu datele inregistrate in contabilitate, reflectate in balanta de verificare a conturilor sintetice.

Capitalul social al societatii inregistrat in contabilitate la finele anului 2016 este in valoare de **51.924.500 lei**.

Numarul de actiuni al societatii este de **47.204.091 actiuni**, avand valoarea nominala pe actiune de 1,10 lei.

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

V. Dezvoltarea activitatii si pregatirea 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.

Fabricile de branzeturi din Fagaras si Homorod, avand in vedere necesitatea concentrarii productiei, in vederea reducerii costurilor de exploatare au fost trecute in conservare inca din anul 2010-2011.

In anul 2016, 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 1.987.123 lei efectuate in anul 2016 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, cisterne pentru colectare lapte, autoturisme si echipamente (vitrine) pentru asigurarea desfasurarii activitatii de comert prin magazinele proprii deschise la Bucuresti, Iasi si Ploiesti.

VI. Aspecte legate de mediu

Din punct de vedere al protectiei mediului :

- S-a depus documentatia la Agentia pentru Protectia Mediului Brasov, in vederea eliberarii unei noi autorizatii de mediu, aceasta a fost analizata si avizata in CAT (comisia tehnica de avizare) si urmeaza etapa de emitere a actului de reglementare conform procedurii de autorizare prevazuta de ordinul 1798/2007 al MMDD .
- Nu sunt litigii cu privire la încălcarea legislației privind protecția mediului.

VII. REPARTIZAREA REZULTATULUI

SC PRODLACTA SA a terminat anul 2016 cu o pierdere neta de 2.496.944 lei.

In vederea optimizarii fiscale a impozitelor si taxelor societatii conducerea SC PRODLACTA SA propune ca pierderea aferenta anului 2016 sa fie compensata din profitul inregistrat in urmatoorii ani.

La 31.12.2016 societatea prezenta urmatoarea situatie patrimoniala :

	Indicatori	U.M	Valoare
1	Capital social subscris varsat	Lei	51.924.500
2	Rezerve din reevaluare	Lei	3.356.174
3	Rezerve legale	Lei	427.838
4	Total Activ	Lei	54.640.292
5	Datorii pe o perioada sub un an	Lei	31.323.444
6	Datorii pe o perioada peste un an	Lei	1.838.118
7	Provizioane	Lei	16.521
8	Venituri in avans	LEI	37.627
9	Total datorii plus provizioane	Lei	33.215.710
10	Activ net (total activ – total datorii)	Lei	21.424.582
11	Diferenta diminuare activ net fata de capital social/2	Lei	-4.537.668

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. SITUATIA PRINCIPALILOR INDICATORI ECONOMICO - FINANCIARI
la 31 decembrie 2016

Nr. crt.	Indicatori de gestiune	Formula de calcul	UM	Valori în 2016
1.	Lichiditatea Generală	Active circ. x 100	%	43,58
		Datorii pe term.sc		
2.	Lichiditatea redusă	(Act. circ – st.) x100	%	42,48
		Datorii curente		
3.	Solvabilitatea	Capitaluri proprii	%	39,21
		Total Pasive		
		Capital propriu		

Nr. crt.	Indicatori de gestiune	Formula de calcul	UM	Valori in 2016
		Datorii pe term. sc.		

IX. Evaluarea activitatii 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.

Având în vedere cele prezentate, propunem spre aprobare Raportul de activitate al Consiliului de Administratie privind exercitiul financiar al anului 2016 și descarcarea gestiunii administratorilor.

X. Obiective importante propuse pentru 2017

Principalul obiectiv urmarit în anul 2017 de către actionarul majoritar al SC PRODLACTA SA va fi continuarea creșterea cifrei de afaceri, și a eficientizării costurilor pe fiecare departament de activitate, măsuri care să conducă la îmbunătățirea situației economice a societății prin realizarea de profit.

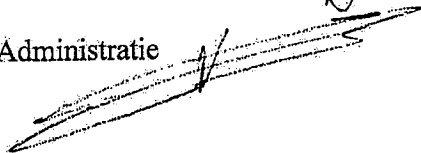
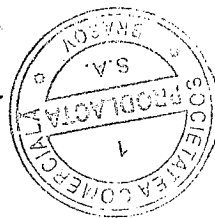
În privința vânzărilor principalele obiective sunt :

- Creșterea vânzărilor pe fiecare tip de client printr-o bună execuție de piață și prin implementarea unei sortimentatii adecvate;
- Dezvoltarea rețele proprii de distribuție națională pentru comerțul tradițional;
- Continuarea efectuarea de exporturi în piețele unde JLC are deja piața de desfacere , în țările vecine, precum și oferirea de marca proprie (ale magazinelor) pentru export;
- Retehnologizarea societății pentru lansarea de fabricație de noi produse și eficientizare a costurilor.

Presedinte Consiliu de Administratie ,
Vladimir Jardan



Secretar Consiliu Administratie
Vitalie Cojuhari

Membru Consiliu de Administratie
Elena Belan

