

Strategia rozwoju Spółki Polskie Jadło S.A.

Zarząd Spółki Polskie Jadło S.A. z siedzibą w Krakowie przyjmuje strategię rozwoju Spółki, która poza rozwojem dotychczas prowadzonej działalności, będzie oparta na zakupie małych i średnich przedsiębiorstw operujących w sektorze produkcyjno – gastronomicznym celem wzmocnienia w ten sposób potencjału wytwórczego Spółki przy jednoczesnej optymalizacji kosztów produkcji związanych z realizacją umów dostaw dla odbiorców sieciowych i planowanego eksportu. Realizując tą strategię Spółka zamierza nabyć od jednego do trzech małych zakładów produkcyjnych posiadających pełne certyfikaty, w tym eksportowe, operujących w sektorze wytwórczym artykułów mącznych oraz garmażeryjno – mięsnych. Planami zakupów w tym trybie objęte mogą być również przedsiębiorstwa w formie przydrożnych restauracji i barów wymagających modernizacji a operujących w sektorze gastronomii przydrożnej. Dynamiczny bowiem rozwój tego właśnie sektora mieści się w długofalowej strategii Spółki w segmencie gastronomii, czego dowodem jest realizacja projektu uruchomienia sieci przydrożnych restauracji pod marką własną Spółki PIT STOP Bar oraz Gościńce Polskie Jadło w istniejących już sześciu lokalizacjach oraz pozyskiwaniem przez Spółkę następnych atrakcyjnych lokalizacji, jak również prowadzeniem przez Spółkę dostaw do 96 stacji LOTOS na zasadach wyłączności mini pierogów pod marką pierożkowy kubek stanowiący znakomitą alternatywę dla sprzedawanych w tym segmencie rynku hot-dogów. Dynamiczny rozwój całego projektu gastronomicznego może zostać w istotny sposób powiększony przez prowadzenie akwizycji w formie zakupu istniejących już przedsiębiorstw lub ich zorganizowanej części w branży gastronomicznej. Po nabyciu tych przedsiębiorstw, a następnie po ich gruntownej modernizacji, Spółka zamierza zbywać zakupione uprzednio poszczególne restauracje wraz z umowami franszizowymi obejmującymi prowadzenie w nich działalności w ramach udzielonej franszyzy potencjalnym nabywcom, do których ponadto Spółka mogłaby realizować dostawy produktowe. Działania takie nie tylko powiększą

potencjał Spółki w sektorze wytwórczym, ale przynieść by mogły wymierny efekt ekonomiczny przez sprzedaż takich restauracji w formie franszyzy, co generowałoby dodatkowy zysk dla Spółki polegający na różnicy w koszcie zakupu i modernizacji takiej placówki, a cenie jej sprzedaży. W przeszłości Spółka Polskie Jadło S.A. działając bowiem w zakresie sprzedaży operatorsko - własnościowej (rodzaj franszyzy) gotowych i funkcjonujących restauracji wygenerowała zysk w wysokości 12.068.853,40 PLN (dwanaście milionów sześćdziesiąt osiem tysięcy osiemset pięćdziesiąt trzy złote czterdzieści groszy) w roku 2008. Działania takie w bardzo znaczącej skali mogłyby mieć wpływ na przyszłe wyniki finansowe realizowane przez Spółkę.