

2.5. Główne rynki działania i informacje o oddziałach

Grupa Kapitałowa LUG S.A. dostarcza rozwiązania z zakresu profesjonalnej techniki świetlnej o wysokich parametrach technicznych i użytkowych do projektów inwestycyjnych w Polsce i na całym świecie, za pośrednictwem swoich biur handlowych w kraju oraz przedstawicielstw zagranicznych.

W 2015 roku na krajową strukturę handlową Emitenta składało się 12 biur regionalnych w największych polskich miastach:

Warszawa, Poznań, Gdańsk, Wrocław, Lublin, Kraków, Katowice, Łódź, Szczecin,
Rzeszów, Tarnów, Białystok

Dominującymi kanałami dystrybucji produktów marki LUG na rynku polskim są sieci hurtowe oraz hurtownie elektrotechniczne i ogólnobudowlane.

W ramach zagranicznej struktury handlowej Grupy Kapitałowej LUG S.A. w 2015 roku funkcjonowały następujące oddziały zagraniczne:

Berlin, Londyn, Paryż, Dubaj, Sao Paulo

Oddziały w Berlinie, Londynie i Sao Paulo działają za pośrednictwem spółek zależnych, pozostałe 2 oddziały funkcjonują w formie przedstawicielstw zagranicznych. W siedzibach spółek LUG do Brazil Ltda., LUG Lighting UK Ltd., LUG GmbH, w biurze handlowym w Paryżu oraz w biurze regionalnym w Warszawie funkcjonują showroomy opraw oświetleniowych, w których zobaczyć można najnowsze oprawy marki LUG i FLASH DQ w zbliżonym do naturalnego środowisku działania.

Grupa Kapitałowa LUG S.A. za pośrednictwem swoich spółek zależnych prowadzi działalność zarówno na rynku polskim jak i na rynkach europejskich i światowych. Najważniejszym kierunkiem eksportowym są kraje europejskie, których udział w ogólnych przychodach ze sprzedaży stanowił w 2015 roku 40,07% proc.

Tabela 25 Główne rynki zbytu Grupy Kapitałowej LUG S.A.

	2013 [tys. zł]	2014 [tys. zł]	2015 [tys. zł]
Polska	45 401	52 168	51 484
Pozostałe kraje łącznie, w tym:	57 085	61 716	58 097
Europa	37 421	30 290	43 909
Bliski Wschód i Afryka	5 355	8 578	2 710
Pozostałe	14 308	22 849	11 478

Źródło: Emitent



Oprawy oświetleniowe Grupy Kapitałowej LUG S.A. oświetlają wnętrza obiektów i tworzą iluminacje świetlne w 67 państwach na całym świecie.

Strategia eksportowa firmy zakłada koncentrację działań na wybranych rynkach strategicznych. Na ich identyfikację wpływ mają następujące czynniki:

- wnioski wynikające z obserwacji trendów rynkowych;
- produkty z portfolio firmy LUG - odpowiadające potrzebom i gustom klientów zgodnie z cyklem życia produktów sektora oświetlenia profesjonalnego na poszczególnych rynkach;
- doświadczenie – aby ograniczyć ryzyko wynikające z wejścia na nowe rynki, firma LUG jako strategiczne obrała rynki, na których działa od kilku lat, stąd znane są przesłanki – szanse i ograniczenia, które mogą zaistnieć na danym rynku;
- analiza i segmentacja geograficzna – wybór kilku różnych rynków wynika z konieczności zapewnienia gwarancji odpowiedniego poziomu sprzedaży (różne kraje, z różnych części Europy i świata pozwalają na dywersyfikację ryzyka wymiany zagranicznej);
- poziom wzrostu ekonomicznego i potencjalna wartość rynku;
- stabilność polityczna;
- respektowanie kontraktów i norm międzynarodowych.

Każdy rynek wymaga innych narzędzi wspomagania działalności handlowej, gdyż na każdym z nich inne kryteria warunkują decyzje konsumenckie.

Rok 2015 obfitował w wyzwania natury geopolitycznej, spośród których najtrudniejszym był kryzys ukraiński i związane z nim działania militarne Rosji. W wyniku wprowadzonych sankcji, a także ochłodzenia stosunków biznesowych na linii Polska – Rosja utraciliśmy możliwość realizacji niektórych inwestycji, a także straciliśmy wypracowany potencjał rynkowy. W chwili obecnej z przyczyn politycznych nie możemy realizować standardowych poziomów sprzedaży w Rosji i na Ukrainie. Sytuacja ta odcisnęła piętno na naszych przychodach ze sprzedaży, które na tych dwóch rynkach spadły w 2015 roku o ponad 65% r/r. Jednak realizowana przez nas polityka geograficznej dywersyfikacji przychodów pozwoliła ograniczyć negatywne skutki kryzysu wschodniego. W wyniku zintensyfikowanych działań przychody realizowane w państwach Unii Europejskiej znacząco wzrosły.

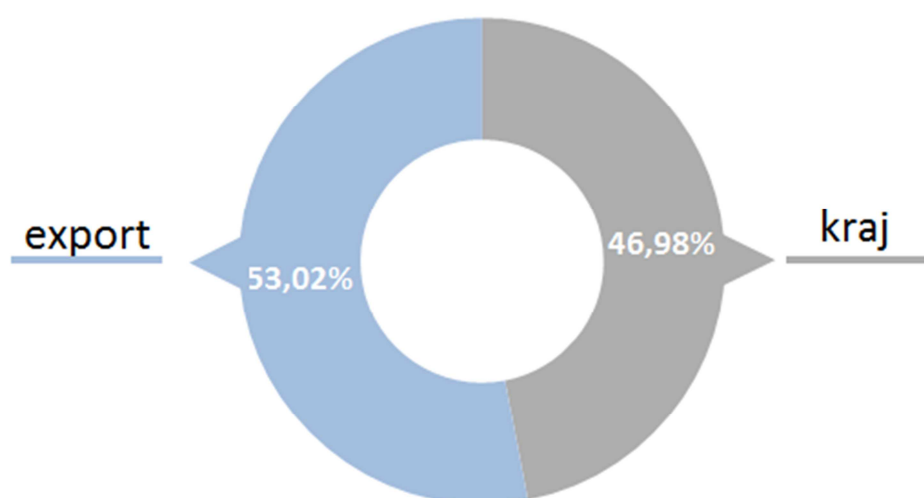
W 2015 roku naszym celem była maksymalizacja przychodów poprzez wykorzystanie potencjału rynków, na których już byliśmy obecni. W roku 2016 będziemy korzystali z efektów, które przyniosą nam zeszłoroczne inwestycje w budowanie sieci handlowej, uruchamianie showroom'ów i budowanie marki LUG na poszczególnych rynkach.

W ramach Grupy Kapitałowa LUG S.A. działalność produkcyjną realizuje spółka zależna LUG Light Factory Sp. z o.o. Głównymi dostawcami komponentów do produkcji opraw oświetleniowych marki LUG i Flash DQ są światowej klasy dostawcy: Osram, Philips, Helvar oraz Vossloh Schwabe.

2.6. Struktura przychodów Emitenta

Strategia Grupy Kapitałowej LUG S.A. realizowana w 2015 rok zakładała dalsze umacnianie znaczenia eksportu w strukturze sprzedaży. W 2011 roku przyjęto do realizacji cel na poziomie 50%, a następnie kontynuację tego trendu w kolejnych latach. Założenie to było konsekwentnie realizowane, co odzwierciedla procentowy udział przychodów generowanych na rynkach zagranicznych. Od 2013 roku poziom przychodów ze sprzedaży realizowanej na rynkach zagranicznych utrzymuje się powyżej poziomu 50%, przyjmując kolejno wartości: w 2013 roku – 55%, w 2014 roku – 54%, w 2015 roku – 53%. Zarząd LUG S.A. zakłada w kolejnych latach kontynuację działań zmierzających do zwiększania udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży.

Wykres 6 Struktura przychodów ze sprzedaży w ujęciu geograficznym w 2015 roku



Źródło: LUG S.A.

Tabela 26 Struktura przychodów ze sprzedaży Grupy Kapitałowej LUG S.A. r/r

	2013		2014		2015	
	Wartość (w tys. zł)	Udział (w %)	Wartość (w tys. zł)	Udział (w %)	Wartość (w tys. zł)	Udział (w %)
Kraj	45 401	44,30%	52 168	45,81%	51 484	46,98%
Eksport	57 085	55,70%	61 716	54,19%	58 097	53,02%
RAZEM	102 485	100%	113 884	100%	109 581	100,00%

* do dnia 31 lipca 2008 r. przychody ze sprzedaży generowane były przez LUG S.A. Od dnia 1 sierpnia 2008 r. działalność w zakresie projektowania, wdrażania, produkcji oraz sprzedaży opraw oświetleniowych w całości przejęła spółka w 100,00% zależna od Emitenta LUG Light Factory Sp. z o.o.

Źródło: LUG S.A.

W 2015 roku firma sprzedawała swoje produkty do 67 państw (podane w kolejności alfabetycznej): Algieria, Arabia Saudyjska, Austria, Bahrajn, Belgia, Białoruś, Bośnia i Hercegowina, Brazylia, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Niemcy, Dania, Egipt, Estonia, Etiopia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irak, Iran, Irlandia, Islandia, Izrael, Jordania, Katar, Kazachstan, Kolumbia, Korea Południowa, Kuwejt, Liban, Lichtenstein, Litwa, Luxemburg, Łotwa, Macedonia, Malezja, Malta, Maroko, Mauritius, Niemcy, Norwegia, Nowa Zelandia, Oman, Palestyna, Polska, Portugalia, RPA, Rosja, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Tunezja, Turcja, Uganda, Ukraina, USA, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Wyspy Curacao, Zjednoczone Emiraty Arabskie.

Tabela 27 Dynamika przychodów ze sprzedaży Grupy Kapitałowej LUG S.A. wg MSR/MSSF

Rok	Dynamika kraj	Dynamika eksportu	Całkowita dynamika
2013 / 2012	-11,36%	+16,95%	+2,46%
2014 / 2013	+14,90%	+8,11%	+11,12%
2015/2014	-1,31%	-5,86%	-3,78%

Źródło: LUG S.A.

Struktura odbiorców Grupy Kapitałowej LUG S.A. w okresie 01.01.2015 r. - 31.12.2015 r. była znacznie zdwyersyfikowana zarówno podmiotowo jak i geograficznie, co stanowiło istotny czynnik stabilizujący jej sytuację finansową. Grupa współpracowała z dużą ilością stałych odbiorców, wśród których nie było podmiotów wyraźnie dominujących w kontaktach handlowych z przedsiębiorstwem.

2.7. Otoczenie konkurencyjne

Na polskim rynku oświetleniowym można zaobserwować pełen przekrój dostawców oświetlenia, począwszy od małych kilkusobowych firm rodzinnych, specjalizujących się w oświetleniu domowym, poprzez duże krajowe firmy o ukształtowanej pozycji i szerokim asortymencie (w tym Grupa Kapitałowa LUG S.A.), a kończąc na największych międzynarodowych korporacjach.

Obok drobnych producentów i importerów, w branży wyróżnić można grupę kilkunastu podmiotów funkcjonujących w obszarze profesjonalnej techniki świetlnej. Firmy z tej grupy specjalizują się w produkcji opraw do zastosowań komercyjnych, w tym iluminacji obiektów przemysłowych, handlowych, sportowych, biurowych, hotelowych czy infrastruktury drogowej. Wskazany segment stanowi domenę działania Grupy Kapitałowej LUG S.A., dlatego też do grona podmiotów konkurencyjnych w stosunku do Emitenta należy zaliczać wyłącznie producentów profesjonalnych opraw i systemów oświetleniowych na skalę międzynarodową.

Obok profesjonalnych producentów oświetlenia, polskie firmy oświetleniowe konkurują także z zagranicznymi dostawcami tanich i słabej jakości rozwiązań, głównie z rejonu Europy Środkowej i Wschodniej oraz Azji (głównie Chiny). Mimo braku jakiegokolwiek porównywalności produktów, sytuacja ta wynika z faktu niedojrzałości polskiego konsumenta i inwestora oraz pomijania takich aspektów jak wysoka jakość, energooszczędność czy minimalizowanie negatywnego wpływu

na środowisko przy podejmowaniu decyzji zakupowych. Dzięki licznym akcjom edukacyjnym i realizowanym szkoleniom sytuacja ta ulega jednak systematycznej poprawie.

Sytuacja ekonomiczna w sektorze przedsiębiorstw w IV kwartale 2015 roku była dobra i stabilna, choć nieco poniżej oczekiwań formułowanych we wcześniejszych kwartałach. W całym 2015 roku problemy wynikające z nasilającą się konkurencji rynkowej były dla polskich firm dotkliwie. Walka o utrzymanie klienta wiąże się bowiem z koniecznością obniżek cen. Zasięg redukcji cen w Polsce wyniósł w IV kw. 2015 r. 13%, a zatem objął nieco większą grupę podmiotów niż w III kw⁶.

Tak jak w poprzednich kwartałach, nastroje sektora budowlanego, który jest silnie skorelowany z branżą oświetleniową podlegały dużym wahaniom. W IV kwartale 2015 roku firmy budowlane wyraźnie obniżyły optymizm ocen co do swojej kondycji. Jednocześnie budownictwo oczekiwało dalszego pogorszenia własnej kondycji w I kwartale 2016 roku. Prognozy o horyzoncie rocznym sugerują jednak, że spadki te mają charakter przejściowy i sytuacja powinna zacząć poprawiać się w dalszych kwartałach roku⁷.

⁶ Szybki monitoring NBP „Informacja o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w IV kw. 2015 roku oraz prognoz na I kw. 2016 roku” Nr 01/16 (styczeń 2016 r.)

⁷ Ibidem.