



Societate comercială de industrializare a laptelui
Strada Gloriei nr.2, cod 080556, Giurgiu, România
Telefon : + 40 246 21.02.25 ; Fax : + 40 246 21.02.65
CIF 1292426, R.C.J 52/13/1991

RAPORT ANUAL - 2011 AL CONSILIULUI DE ADMINISTRATIE

Raport anual conform: *anexei nr. 32 a Regulamentului C.N.V.M. nr. 1/2006*

Pentru exercitiul financiar: 01.01.2011 – 31.12.2011;

Data raportului: 17.03.2012

Denumirea societatii comerciale: SC LACTA SA GIURGIU

Sediul social : Str. Gloriei nr. 2, mun. Giurgiu, jud. Giurgiu

Nr. Telefon : 0246 / 210225, nr. Fax : 0246 / 210265

Cod unic de inregistrare la Oficiul Registrul Comerțului : 1292426

Număr de ordine în Registrul Comerțului: J52/13/1991

Piața reglemntată pe care se tranzacționeazăvalorile mobiliare emise:BVB-RASDAQ

Capital social subscris și vărsat: 2.722.430,70 lei

Principalelecaracteristici ale valorilor mobiliare emise de societate: nominative, emise în formă dematerializată cu valoare nominală : 0,10 lei

1. ANALIZA ACTIVITĂȚII SOCIETĂȚII COMERCIALE

1.1 a) Descrierea activității de bază a societății comerciale;

Societatea cmerciala „**S.C. LACTA S.A.**”, cu sediul in Giurgiu, str. Gloriei, nr.2, inregistrata la Registrul Comertului sub nr. J52/13/1991, cod unic de inregistrare fiscala RO 1292426, isi desfasoara activitatea ca o societate pe actiuni, conform Legii nr. 31/1990 republicata, avand drept activitate principala „Fabricarea produselor lactate si a branzeturilor”- cod CAEN 1051.

-Este o societate detinuta public, fiind inregistrata la Comisia Nationala de Valori Mobiliare.

-Evidența acțiunilor esteținută de registrul independent SC DEPOZITARUL CENTRAL SA.

-Aplică Reglementările Contabile Românești conforme cu Directiva a IV-a a Comunității Economice Europene, aprobate de OMF nr. 1752/2005.

-Auditul situațiilor financiare la 31.12.2011 a fost efectuat, în conformitate cu Standardele de Audit adoptate de Camera Auditorilor din România, de către SC.MUNTICONT SRL GALATI.

b) Precizarea datei de infiintare a societatii comerciale

Societatea s-a constituit ca societate pe acțiuni în anul 1991 din vechea “Întreprindere de Industrializare a Laptelui Giurgiu “. Unitatea, sub denumirea de Întreprinderea de Industrializare a

Laptelui Giurgiu, a luat ființă anul 1981, odată cu constituirea județului Giurgiu, desprinzându-se din Întreprinderea de Industrializare a Laptelui Ilfov, în cadrul căreia Fabrica de Produse Lactate din Giurgiu, a funcționat din anul 1972.

c) Descrierea oricărei fuziuni sau reorganizări semnificative a societății comerciale, ale filialelor sale sau ale societăților controlate în timpul exercițiului financiar - Nu este cazul.

d) Descrierea achizițiilor și/sau înstrăinărilor de active

În cursul anului 2011 au fost înregistrate intrări de active imobilizate în valoare totală de 271.839 lei, din care active noi în valoare 17.036 lei, modernizări în valoare de 254.803 lei;

e) Descrierea principalelor rezultate ale evaluării activității societății

DENUMIRE INDICATOR	Prevederi BVC 2011	Realizari 2011
Venituri totale	20.225.000	17.078.224
Cheltuieli totale	19.986.500	16.988.824
Profit brut/ Pierdere bruta	238.000	89.400
Profit net	200.340	62.587

1.1.1. Elemente de evaluare generala

DENUMIRE INDICATOR	Prevederi BVC 2011	Realizari 2011
PROFIT BRUT	238.500	89.400
CIFRA DE AFACERI	18.850.000	15.825.849
EXPORT	0	0
COSTURI	19.986.500	16.988.824
LICHIDITATE	732.303	577.811

1.1.2. Evaluarea nivelului tehnic al societății

a) Principalele piețe de desfacere pentru fiecare produs sau serviciu și metodele de distribuire

Pe parcursul anului 2011 s-au furnizat produse lactate la 145 de firme din care 38 au fost câștigate prin intermediul licitațiilor. Distribuția produselor s-a realizat și se realizează prin hipermarketuri, terți și magazine proprii. Societatea lucrează în prezent cu 7 mari rețele de magazine: Cora; Auchan; Billa; Interex; Kaufland; Rewe, Mega Image în rețea zonala, care înregistrează vânzări de ~ 40 % din total cifră de afaceri.

b) Ponderea fiecărei categorii de produse sau servicii în veniturile și în totalul cifrei de afaceri pentru ultimii trei ani

Nr.crt	Denumire	UM	2009	2010	2011
1	Lapte de consum	%	27	22	29
2	Produse proaspete	%	39	43	41
3	Brânzeturi	%	23	32	27
4	Alte produse și servicii	%	11	3	3

a) Produsele noi avute în vedere

Au fost reproiectate și lansate în producție următoarele produse –crema de unt, crema de branza-BRANZICA LACTA, produse tip budinca, iaurt cu fructe pahar 150 gr, produse dulci – sarlota, alte produse în funcție de cerința de piață

A fost atestat traditional produsele LAPTE PRINS ,CAS TARANESC ,CREMA DE SMANTANA

1.1.3. Evaluarea activității de aprovizionare tehnico-materială (surse indigene, surse import)

Precizarea de informații cu privire la siguranța surselor de aprovizionare și la prețurile materiilor prime și la dimensiunile stocurilor de materii prime și materiale .

In anul 2011, activitatea de achizitii lapte materie primă a fost făcută prin centre de colectare, microferme, ferme și alți producători particulari, situate în județele Teleorman si Giurgiu Calarasi colectandu-se 5 903 719l lapte .

Se va urmări in continuare stabilizarea cantității de lapte materie primă colectat, atât cantitativ, cât și calitativ, îndeplinind normele impuse de UE, orientarea firmei întreprându-se către microfermieri și fermieri, nu spre persoane fizice deținătoare de vaci cu lapte.

Furnizorii au fost selectați în funcție de calitate și de prețul oferit pentru produsele achiziționate.

Activitatea de aprovizionare a fost efectuată in baza contractelor încheiate cu furnizorii sau in baza comenzii transmise furnizorului, selecție de furnizori, conform procedurilor ISO 9001/2001.

1.1.4.Evaluarea activității de vânzare

a) Descrierea evoluției vânzărilor secvențial pe piața internă și/sau externă și a perspectivelor vânzărilor pe termen mediu și lung

In anul 2011, climatul economic general s-a resimțit semnificativ în vânzările de produse lactate, societatea înregistrând o scădere a vânzărilor comparativ cu anul 2010,cu cc 5% .

Societatea a luat măsuri pentru reducerea impactului negativ si depășirea acestei situații prin diminuarea tuturor cheltuielilor și intensificarea eforturilor pentru identificarea unor noi segmente de piață neacoperite până în prezent.

b) Descrierea situației concurențiale în domeniul de activitate al societății comerciale, a ponderii pe piață a produselor sau serviciilor societății comerciale și a principalilor competitori

Principalele firme concurente sunt: Danone, Tnuva, Friesland, Dorna Lactate, Albalact, Napolact, Covalact, Natura Dâmbovița, Paco Lactate Brăila.

c) Descrierea oricărei dependențe semnificative a societății comerciale față de un singur client sau față de un grup de clienți a cărui pierdere ar avea un impact negativ asupra veniturilor societății – societatea nu înregistrează o dependență semnificativă față de un singur client, dar aproximativ 40% din producție este vândută prin hipermarketuri.

1.1.5.Evaluarea aspectelor legate de angajații/personalul societății comerciale

a) Precizarea numărului și a nivelului de pregătire a angajaților societății comerciale precum și a gradului de sindicalizare a forței de muncă

CENTRALIZATOR PERSONAL PE STUDII				
Din care:	Studii superioare	Studii medii	Școala profesională	Studii generale
Bărbați	3	19	14	5
Femei	7	33	11	2

