

Szanowni Państwo!

Rok 2012 okazał się kolejnym rokiem w którym Próchnik S.A. zanotował spadek sprzedaży. Ów niekorzystny trend trwający od kilku lat nie mógł być powstrzymany siłami własnymi spółki. Dlatego też, w listopadzie 2012 akcjonariusze zdecydowali o nowej emisji akcji z wyłączeniem prawa poboru. Intencją akcjonariuszy i zarządu spółki było skierowanie emisji do podmiotu który wniesie do Próchnika nie tylko środki inwestycyjne ale również know how niezbędne do opracowania i wdrożenia nowej strategii dla spółki.

Jestem przekonany, że rok 2012 okaże się ostatnim w którym produkty z logo Próchnik trafią do coraz mniejszej liczby nabywców. Emisja akcji zakończona sukcesem w lutym 2013 dostarczyła niezbędnych środków na rozbudowę sieci a także modernizację produktów i odświeżenie wizerunku firmy. Choć Próchnik S.A. funkcjonuje w niezwykle konkurencyjnym otoczeniu, walory tej powszechnie znanej marki mają szansę odzyskać blask dzięki przemyślanej strategii której wdrażaniem zajmie się kompetentny zespół.

Z poważaniem,  
Rafał Bauer