

Pytania do Zarządu na ZWZA LW Bogdanka

w dniu 18 czerwca 2015 r.

1. W sprawozdaniu ze swej działalności Zarząd za swą zastługę uznaje zwiększenie mocy produkcyjnych Spółki do 10,5 a nawet 11,5 mln ton netto. Wiązało się to z dokonaniem znaczących wydatków inwestycyjnych. Proszę o odpowiedź, ile dokładnie wyniosły koszty kontynuacji tego programu inwestycyjnego i czy były one uzasadnione w świetle faktu, że już pod koniec 2013 r. było wiadomo, że na rynku występuje znacząca nadpodaż węgla energetycznego (statystyki Min.Gospodarki; raport firmy Roland Berger).
W jakim celu w 2014 r.
 - zakupiono kolejny szósty kompleks ścianowy i kombajn przodkowy Dailmann-Hanniel,
 - uruchomiono kolejne oddziały wydobywcze,
 - zlecono z wolnej ręki roboty przygotowawcze na wyrobiska udostępniające,skoro Zarząd powinien mieć już pełną świadomość sytuacji na rynku niskokalorycznych miałów węglowych – podstawowego produktu Spółki (spadek popytu ze strony elektrowni zawodowych; nadpodaż ze strony kopalni górnośląskich). Zacytuję p. prezesa Z. Stopę z wywiadu dla Parkietu z dn. 11 czerwca br.: „W polskiej energetyce zawodowej nie ma już miejsca na uplasowanie kolejnych ton węgla. Ten sektor jest w całości pokryty przez dostawców”.
2. W tym kontekście proszę o wyjaśnienie, czy i w jakim zakresie prowadzono w 2014 r. działania służące optymalizacji kosztowej działalności Spółki. Mam bowiem wrażenie, że Zarząd o konieczności cięciu kosztów, redukcji zatrudnienia i wydatków *został miśnięć dopięno w II kw. br.*
3. Proszę o odpowiedź na pytanie dotyczące realizacji w 2014 r. strategii handlowej Spółki, której głównym zrębem było zwiększanie udziału w rynku węgla energetycznego i bezpośrednie konkurowanie z Kompanią Węglową w segmencie niskokalorycznych miałów węglowych. Przypomnę: w 2013 r. i w 2014 r. na rynki unijne importowano odpowiednio 170 i 200 mln ton węgla energetycznego. Sam rynek niemiecki zwiększył w tym czasie import z 47,9 mln ton w 2012 r. do 56,2 mln ton w 2014 roku. Dlaczego przez 2 lata Zarząd nie dokonał postępu w dywersyfikacji sprzedaży produktu Spółki w wymiarze geograficznym i jakie są konkretnie osiągnięcia w dywersyfikacji pod względem sprzedaży do różnych segmentów rynku węgla termalnego?
4. Czy celowe było wywołanie otwartej wojny z Kompanią Węglową, włącznie ze skierowaniem *piśma do KE,* skargi do UOKiK i podniesieniem zarzutów w mediach wobec rządu, jeśli Spółka nie podjęła żadnych innych aktywnych działań prosprzedażowych. Na ile realne są plany ekspansji na rynek ukraiński? Czy zasadna jest opinia prezesa K. Sędzikowskiego: „Eksport jest ratunkiem dla polskiego rynku, który boryka się z ogromną nadpodażą węgla. Natomiast zarządy innych firm poprzez krytykę naszej polityki sprzedażowej zasłaniają tylko własną nieudolność?”
5. Po poprawie wyników w I kw. można domniemywać, że uzysk węgla, czystość i jakość urobku z pokładu 391 są dużo lepsze niż te z poprzednich pokładów. Czy urobek wydobywany z pokładu 391 prowadzi zdaniem Zarządu do wytworzenia nowego produktu o dużo wyższej jakości sprzedawanego w nowych segmentach rynku węglowego?
6. Jakie działania mitygujące podjął Zarząd w celu obrony wartości rynkowej Spółki i odwrócenia trendu spadkowego akcji Spółki?