

## **2025-re megkerülhetetlen szereplővé válik a Kárpát-medence országában hazánk piacvezető takarmánygyártó cégcsoportja**

Budapest, 2023. március 9. - A következő években az állattartás súlypontja Nyugat-Európából fokozatosan áthelyeződik Kelet-Közép-Európába, ahol az állattartás koncentrálódásával egyre nagyobb igény lesz a nagyüzemi, jó technológiával előállított, minőségi tápokra. Ugyancsak meghatározó piaci folyamat lesz a következő években a baromfi- és sertéshús-fogyasztás esetében globálisan várható dinamikus, összesen 10 százalék körüli növekedés - hangzott el a hazánk legnagyobb takarmánygyártó vállalatának számító UBM Csoport mai sajtóreggelijén, ahol a vállalat vezetői áttekintették a hazai agrárszektor, és kiemelten a takarmányipar 2023-as főbb piaci trendjeit, majd bemutatták az UBM Csoport 2025-ig szóló növekedési stratégiáját.

### **Az UBM Csoport a legnagyobb hazai takarmánygyártó**

„Az 1996-ban alapított UBM 1,7 millió tonnás kereskedett mennyiségével hazánk legnagyobb takarmányalapanyag-kereskedője, emellett jelenlegi, 575 ezer tonnás termelési volumenével piacvezető takarmánygyártó cégcsoportja. Az UBM a Budapesti Értéktőzsde (BÉT) egyetlen agráripari cégeként az Xtend piac és a pénzügyi szektor nélkül a BÉT 7. legnagyobb árbevételű szereplője” - mondta el a mai sajtóreggelin Horváth Péter, a cégcsoport vezérigazgatója.

Ágazati áttekintésben vizsgálva az UBM Csoport piaci pozícióját elmondható, hogy a cégcsoport a versenytársaihoz képest nagyon széles vertikumban mozog, ugyanis hét szegmensből ötben – a commodity-kereskedelem, a takarmány-kiegészítők gyártása és értékesítése, a premix-gyártás, a takarmánykeverés, valamint a disztribúció területén – aktív a vállalat.

Az UBM Csoport Magyarországon, Szlovákiában és Romániában összesen 6 takarmánygyárat működtet, melyek 450 féle terméket, együttevén 575 ezer tonna keveréktakarmányt állítanak elő. A cégcsoport 15 országba exportál, ezekből származik árbevételének közel fele is. A mintegy 400 főt foglalkoztató vállalat a Magyarországon, Romániában, Szerbiában, és Ausztriában működő négy kereskedelmi irodájával a Fekete-tengertől egészen Olaszországig lefedi a piacokat a takarmányexport és a commodity-kereskedelem tekintetében.

### **20 százalékos növekedés is lehetséges a 2022/2023-as üzleti évben**

Az UBM Csoport árbevétele a 2021/2022-es üzleti évben közel 200 milliárd forintot tett ki, ami 46 százalékkal haladta meg az egy évvel korábbi, 2020-as naptári évre jelentett 138 milliárd forintos szintet. A cégcsoport adózott eredménye a 2021/2022-es üzleti évben elérte a 3,2 milliárd forintot, ami 60 százalékos bővülést jelentett a bázisidőszak, azaz a 2020-as naptári év közel 2 milliárd forintos teljesítményéhez viszonyítva<sup>1</sup>.

„Az UBM Csoport árbevétele az idej, 2022/2023-as üzleti évben a tervek szerint eléri majd a 210-240 milliárd forintos szintet, ami 5-20 százalékos növekedést jelent az egy évvel korábbi értékhez képest, míg ugyanezen időszakban az EBITDA értéke 21 százalékkal, 6,6-ról 8 milliárd forint fölé emelkedhet” - ismertette a cégcsoport idej terveit Horváth Péter.

### **Áthelyeződik régiókba, és koncentrálódik az állattartás, továbbá 10 százalékkal növekszik a globális húsfogyasztás a következő években**

Az UBM Csoport mai sajtóreggelijén a vállalat vezetői bemutatták a cégcsoport 2025-ig szóló növekedési stratégiáját, amely az alábbi négy fő piaci trendre épül.

---

<sup>1</sup> A cégcsoport időközben jelentési időszakot váltott.

1. A következő években az állattartás súlypontja Nyugat-Európából fokozatosan áthelyeződik Kelet-Közép-Európába. Ebben a trendben az UBM vezető szerepet kíván betölteni többek között a magyarországi, a romániai és a tervezett szerbiai beruházásai révén. A cégcsoport a zöldmezős beruházások mellett akvizíciókkal is szeretné ezeket az országokat lefedni.
2. A kelet-közép-európai régió országaiban az intenzív állattartás jóval kevésbé elterjedt, mint Nyugat-Európában, ezért várható, hogy a háztáji csökkenésével és az állattartás koncentrálódásával egyre nagyobb igény lesz a nagyüzemi, jó technológiával előállított, minőségi tápokra, ami ugyancsak az UBM Csoport piaci pozícióját erősíti.
3. A kelet-közép-európai régió országai a jelenlegi takarmánykeverő technológiák terén 10-20 éves lemaradásban vannak a fejlett piacokhoz képest, ezért az UBM szeretné a legfejlettebb technológiát és know-how-t elterjeszteni ezeken a piacokon a saját kutatás-fejlesztési tevékenysége segítségével. A cégcsoport stratégiájában kiemelt szerepet kap a technológiai színvonal folyamatos emelése, amelynek háttérét az évi több mint 300 millió forintból gazdálkodó kutatás-fejlesztési részlegének tevékenysége biztosítja. „Meggyőződésünk, hogy a legnagyobb értéket a legszínvonalasabb technológiával készült, kifogástalan minőségű takarmánnyal tudjuk kínálni partnereink számára” - emelte ki Horváth Péter.
4. Meghatározó piaci folyamat lesz a következő években a baromfi- és sertéshús-fogyasztás esetében globálisan várható dinamikus, összesen 10 százalék körüli növekedés, amelyre felkészülve az UBM Csoport 2025-ig új kereskedelmi irodák nyitásával tovább bővíti kontinentális kereskedelmi tevékenységét Kelet- és Nyugat-Európában. Ennek eredményeképpen a cégcsoport két éven belül valamennyi piacot képes lesz kiszolgálni hazánk nagyjából kétezer kilométeres körzetében.

### **Évi 9-15 százalékos növekedéssel és néhány éven belül 350 milliárdos bevétellel számol a cégcsoport**

E növekedési stratégia megvalósításával az UBM Csoport 2025-ig a jelenlegi, 0,6 millió tonnás éves takarmánygyártási volument 1 millió tonnára kívánja bővíteni, míg a jelenleg 1,7 millió tonnás éves takarmányalapanyag-kereskedelmi volument 2 millió tonnára növelné a cégcsoport. Az UBM Csoport stratégiai célja a következő két évben működési vertikumának további szélesítése, ezért vizsgálja az élőállat-tenyésztésbe való belépés lehetőségét is. Emellett a cégcsoport akvizíciók és beruházások révén folytatja kelet-közép-európai terjeszkedését, illetve a commodity üzletágban fejleszti regionális logisztikai infrastruktúráját.

„Mindezeknek köszönhetően az UBM Csoport árbevétele a tervek szerint évi 9-15 százalékos átlagos növekedést mutat majd a 2023-2025 években – így a jelenlegi árkörnyezetet feltételezve, ezen időszak végére elérheti a 350 milliárd forintos szintet –, amelynek köszönhetően a vállalat a kiterjedt kereskedelmi és gyártási hálózatával megkerülhetetlen szereplővé válik az agrárium területén a Kárpát-medence országaiban” - emelte ki a sajtóeseményen Janositz Balázs, az UBM Csoport pénzügyi igazgatója.

### **Cél a karbonlábnyom csökkentése**

„Közismert, hogy az energiaszektor és a logisztika mellett az agrárium a legnagyobb kibocsátó globálisan az üvegházhatású gázok vonatkozásában, ezért a vállalati hatékonyság növelése számunkra nem pusztán pénzügyi cél, de természetes módon javítja az UBM és partnerei fenntarthatósági mutatóit is” - húzta alá a mai sajtóeseményen Janositz Balázs. „A globális karbonlábnyom csökkentése érdekében a cégcsoport folyamatosan javítja a megtermelt termények hatékonyabb állati hasznosulását, valamint – Magyarország vezető fehérje-importőreként – keresi a megoldásokat a szállítmányozás környezeti hatásainak mérséklésére is” - tette hozzá.