

Grupa Makarony Polskie

Wyniki finansowe za III kwartał 2010 roku

Warszawa, 10 listopada 2010 roku

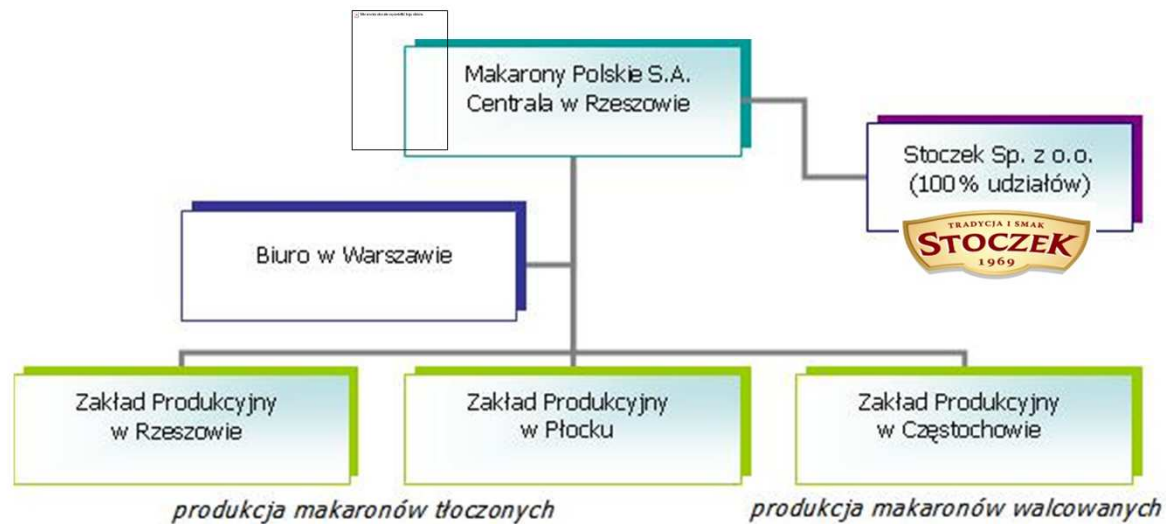


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Grupa Makarony Polskie

- ✦ Grupę Makarony Polskie tworzą:
 - ✦ Makarony Polskie S.A. (produkcja: Rzeszów, Płock, Częstochowa)
 - ✦ Stoczek Sp. z o.o. (Stoczek Łukowski)

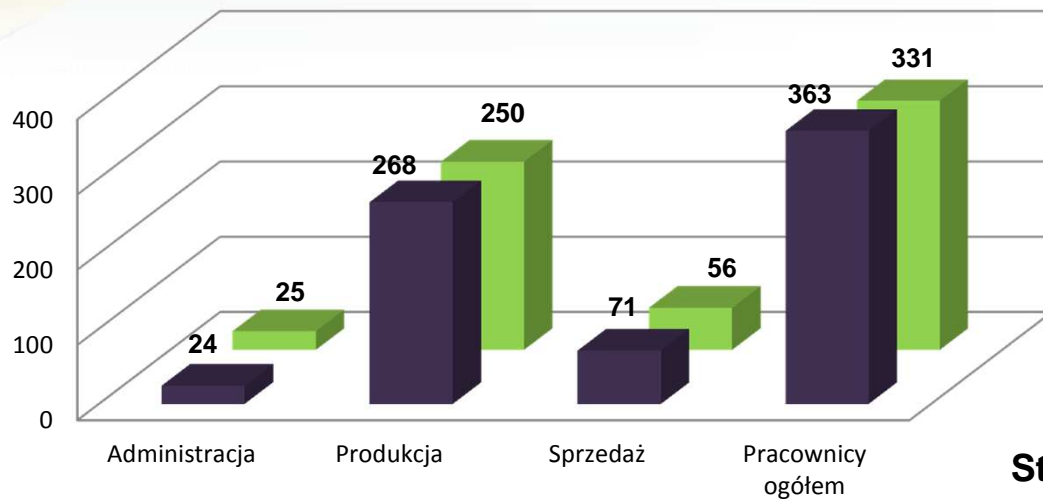




MAKARONY
POLSKIE

Zatrudnienie w Grupie Makarony Polskie

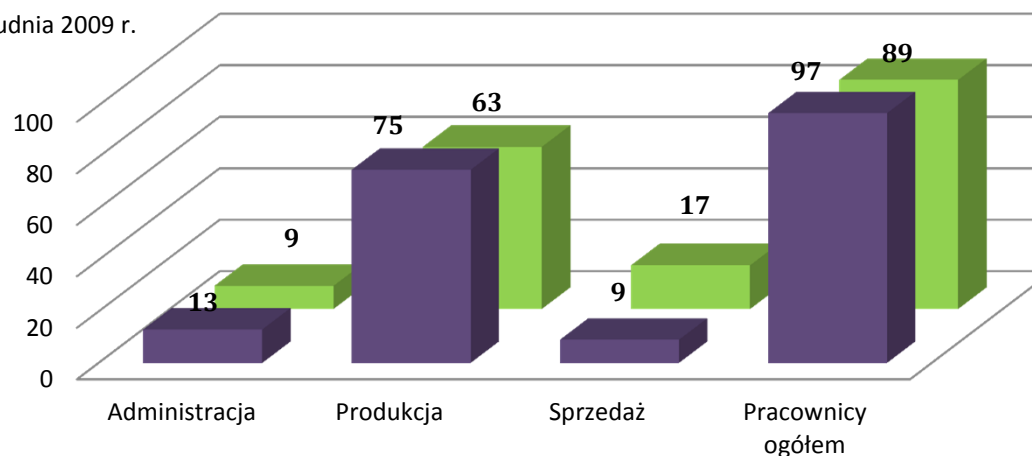
Struktura zatrudnienia w Makarony Polskie S.A.



■ Stan na dzień 30 września 2010 r.

■ Stan na dzień 31 grudnia 2009 r.

Struktura zatrudnienia w Stoczek Sp. z o.o.



■ Stan na dzień 30 września 2010 r.

■ Stan na dzień 31 grudnia 2009 r.

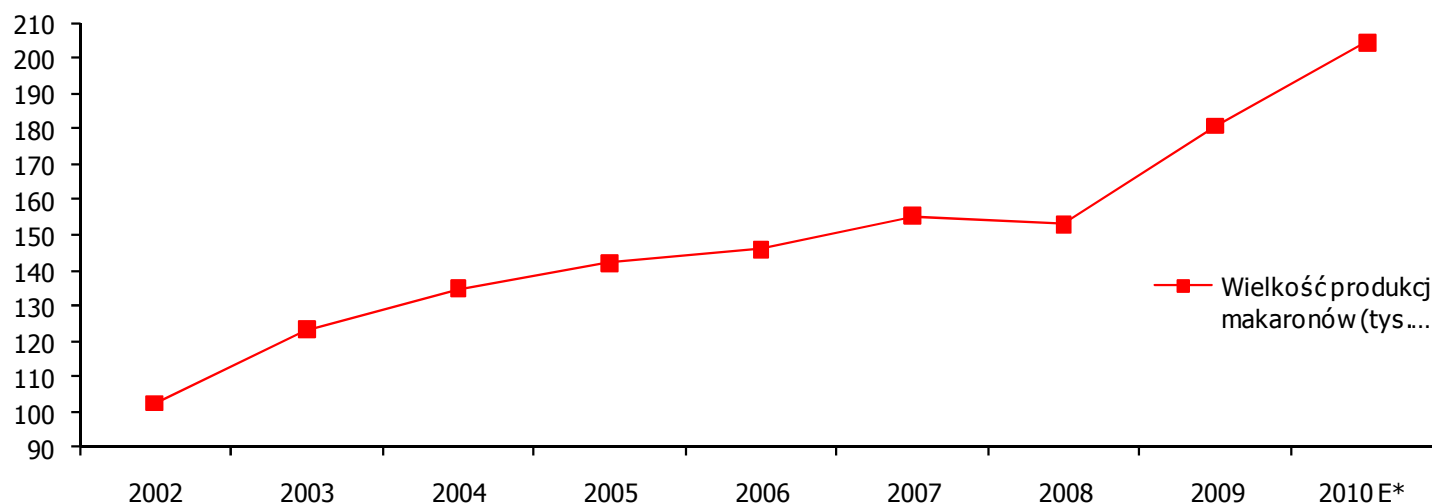


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Rynek makaronu - tendencje

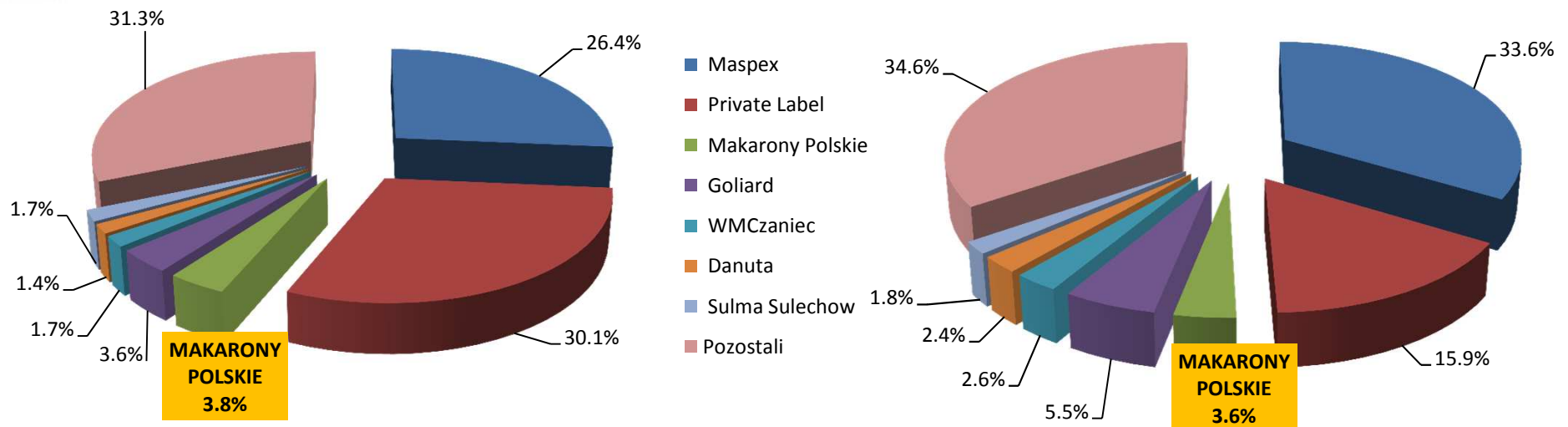
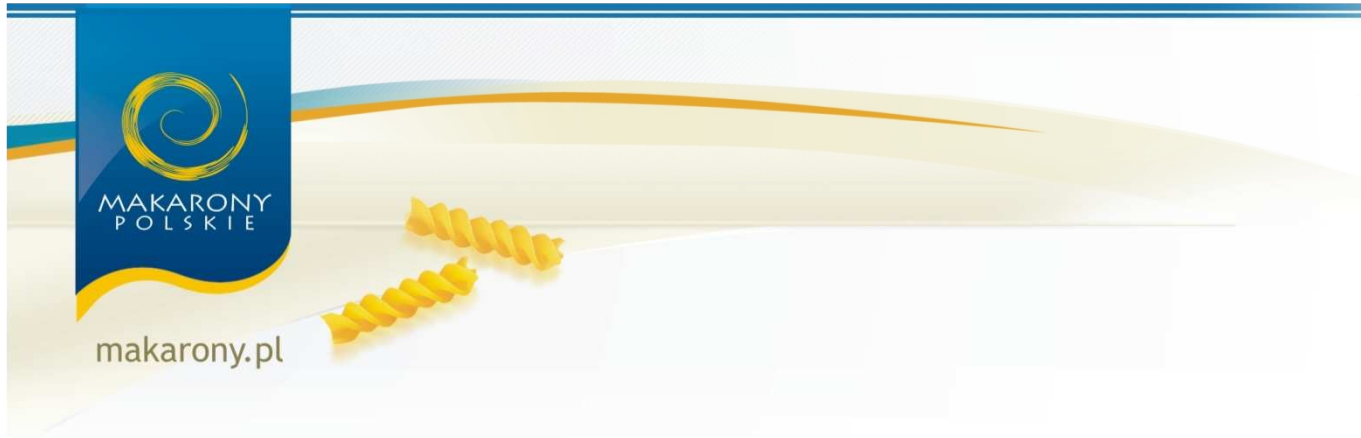
- ✦ Na podstawie danych o produkcji przedsiębiorstwa o zatrudnieniu powyżej 50 osób w okresie I-IX 2010 roku wielkość produkcji makaronu w Polsce wyniosła **111 tys. ton** co stanowi wzrost o **12,2 %** do analogicznego okresu 2009 roku (wg danych GUS,2009)
- ✦ średnio ok. 4,7 kg makaronu rocznie /wg danych GUS, 2009/
- ✦ ciągły wzrost konsumpcji na skutek zmieniających się preferencji żywieniowych Polaków 4%-5% rocznie
- ✦ duży potencjał wzrostu – spożycie makaronu w innych krajach Europy



* prognoza Spółki

Źródło: GUS

Rynek makaronu



Źródło: MEMRB (udziały ilościowo, VII-VIII 2010 r)

Źródło: MEMRB (udziały wartościowo VII-VIII 2010 r)

- Wartość sprzedaży makaronów pod markami Makaronów Polskich oraz w segmencie Private Label wyniosła w III kwartale 2010 roku 26,2 mln zł i była wyższa o 3,4 mln zł tj. o 15 % w porównaniu do analogicznego okresu 2009 roku.
- Wg danych MEMRB udział w rynku produktów pod markami Spółki stanowił 3,8 % ilościowo i 3,6% wartościowo zapewniając drugą pozycję na rynku – ilościowo a trzecią wartościowo.
- **Udział ilościowy Makaronów Polskich w segmencie Private Label stanowi 59%**



Rynek dań gotowych - tendencje

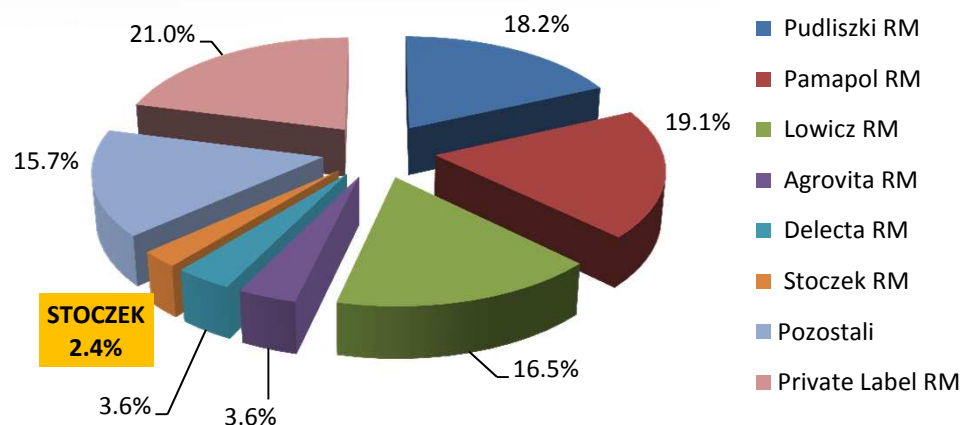
- ✦ **Wartość rynku dań gotowych w Polsce w okresie I-VIII 2010 r. wynosiła 219 949 tys. zł w stosunku do 204 773 tys. zł do analogicznego okresu 2009 r.) – wzrost o 7,4% /wg danych MEMRB/**
- ✦ Ilościowo rynek dań gotowych w okresie I-VIII 2010 r. wynosił **22 200 tys. ton** w stosunku do **20 257 tys. ton** do analogicznego okresu 2009 r. – **wzrost 9,5%** / wg danych MEMRB/
- ✦ Przewidywany jest dalszy dynamiczny wzrost rynku dań gotowych w związku z ze zmianą preferencji konsumentów.



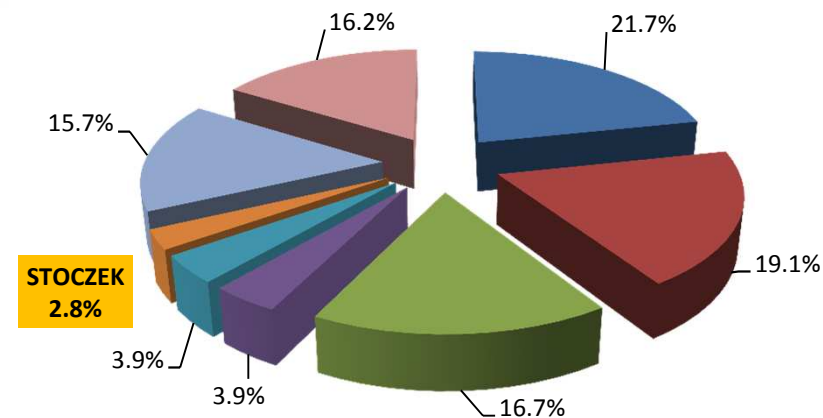
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Rynek dań gotowych



Źródło: MEMRB (udziały ilościowo, VII-VIII 2010)

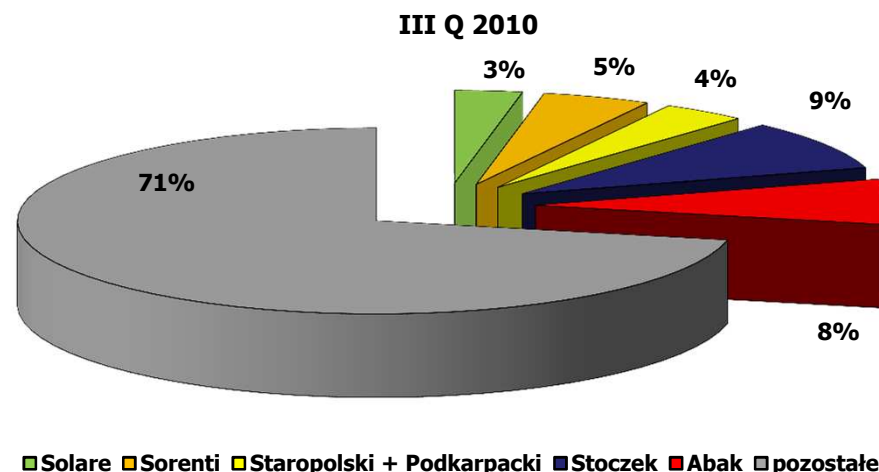
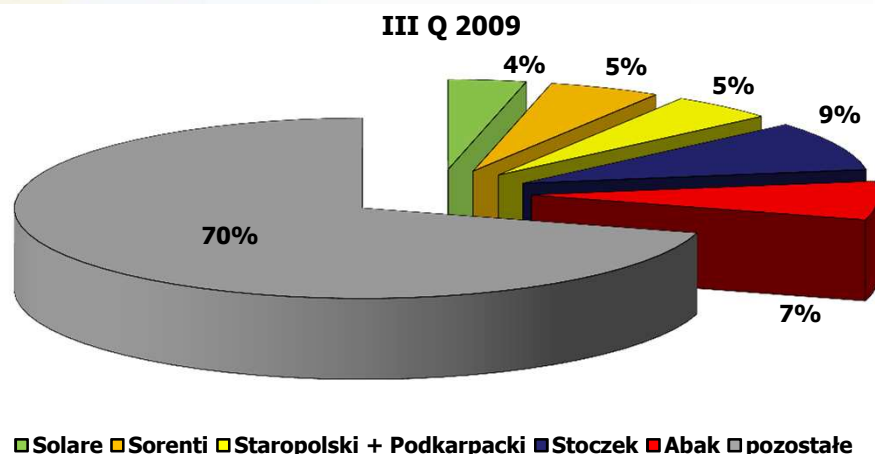


Źródło: MEMRB (udziały wartościowo, VII-VIII 2010)

- Wartość sprzedaży dań gotowych pod marką Stoczek oraz z segmencie Private Label w I-III kwartale 2010 r. wyniosła 21,4 mln zł i była wyższa o 6,9 mln zł tj. o 48% w porównaniu do analogicznego okresu 2009 roku.
- Wartość sprzedaży dań gotowych pod marką Stoczek w III kwartale 2010 r. wyniosła 3.2 mln zł w porównaniu do 2.5 mln zł do analogicznego okresu 2009 roku – wzrost o 28%.



Struktura sprzedaży



- ✦ W III kwartale 2010 roku sprzedaż produktów markowych wynosiła 10,4 mln zł, zaś w III kwartale 2009 roku wyniosła 8,3 mln co stanowi wzrost o 25,3%.
- ✦ Wartość sprzedaży makaronów markowych w III kwartale 2010 roku wyniosły 7,2 mln zł i były wyższe o 1,5 mln zł w porównaniu z tym samym okresem roku poprzedniego, co stanowi wzrost sprzedaży o 27 %
- ✦ Wartość sprzedaży produktów markowych w zakresie dań gotowych, przetworów warzywno-mięsnych i owocowych w III kwartale 2010 roku wyniosła 3.2 mln zł i była wyższa o 0.4 mln zł, tj. o 14 % w porównaniu do III kwartału 2009 roku.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Sprzedaż

Sprzedaż Grupy Makarony Polskie w okresie III kwartału 2010 roku

Sprzedaż w tys. PLN	III kwartał 2009	III kwartał 2010	zmiana w %
Makarony	22 793	26 179	14,8%
Dania gotowe, dżemy, konserwy, inne produkty i towary	5 017	10 198	103%
Sprzedaż surowców	2 168	-	
Pozostałe	699	1 370	95,9%
RAZEM	30 677	37 747	23%



makarony.pl

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Grupa Makarony Polskie	I-III kwartał 2009	I-III kwartał 2010	zmiana %
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	86 556	111 827	29%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	69 107	90 795	31%
Zysk brutto ze sprzedaży	17 449	21 032	21%
Koszty sprzedaży	10 825	14 669	36%
Koszty zarządu	4 670	4 640	- 1%
Zysk ze sprzedaży	1 954	1 723	- 12%
Amortyzacja	4 074	4 110	1%
EBIT	3 546	4 323	22%
EBITDA	7 620	8 433	11%
zysk brutto	2 161	3 092	43%
zysk netto	1 796	2 998	67%
Rentowność EBIT	4.10%	3.87%	
Rentowność EBITDA	8.80%	7.54%	
Rentowność brutto sprzedaży	2.50%	2.76%	
Rentowność netto sprzedaży	2.07%	2.68%	



makarony.pl

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Grupa Makarony Polskie	III kwartał 2009	III kwartał 2010	zmiana %
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	30 677	37 747	23%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	24 978	30 294	21%
Zysk brutto ze sprzedaży	5 699	7 453	31%
Koszty sprzedaży	3 780	5 492	45%
Koszty zarządu	1 595	1 311	- 18%
Zysk ze sprzedaży	324	650	101%
Amortyzacja	1 426	1 404	- 2%
EBIT	977	651	- 33%
EBITDA	2 403	2 055	- 14%
zysk brutto	789	384	- 51%
zysk netto	645	409	- 37%
Rentowność EBIT	3.18%	1.72%	
Rentowność EBITDA	7.83%	5.44%	
Rentowność brutto sprzedaży	2.57%	1.02%	
Rentowność netto sprzedaży	2.10%	1.08%	



makarony.pl

Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Makarony Polskie	III kwartał 2009	III kwartał 2010	zmiana %
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	23 799	29 504	24%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	19 240	24 727	29%
Zysk brutto ze sprzedaży	4 559	4 777	5%
Koszty sprzedaży	3 295	4 947	50%
Koszty zarządu	1 186	1 053	- 11%
Zysk ze sprzedaży	78	- 1 223	- 1 668%
Amortyzacja	1 044	1 015	- 3 %
EBIT	746	- 827	
EBITDA	1 790	188	- 89%
zysk brutto	626	- 960	- 253%
zysk netto	482	- 935	
Rentowność EBIT	3.13%	- 2.80%	
Rentowność EBITDA	7.52%	0.64%	
Rentowność brutto sprzedaży	2.63%	- 3.25%	
Rentowność netto sprzedaży	2.03%	- 3.17%	

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

		<i>31 grudnia 2009 roku</i>	<i>30 września 2010 roku</i>	<i>Zmiana %</i>
A.	AKTYWA TRWAŁE	86 917	86 734	- 0.2%
1.	Rzeczowe aktywa trwałe	75 105	74 837	- 0.4%
2.	Inne wartości niematerialne	10 953	4 981	- 54.5%
3.	Wartość firmy	5 946	5 946	-
4.	Długoterminowe aktywa finansowe	374	394	5.3%
5.	Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	105	371	253.3%
6.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	380	205	- 46.1%
B.	AKTYWA OBROTOWE	29 884	43 526	45.6%
1.	Zapasy	8 636	11 394	31.9%
2.	Należności krótkoterminowe	19 176	29 095	51.7%
3.	Należności z tytułu podatku dochodowego	15	143	853.3%
4.	Udzielone pożyczki	-	-	-
5.	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	938	1 452	54.8%
6.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 119	1 442	28.9%
C.	AKTYWA TRWAŁE PRZEZNACZONE DO ZBYCIA	1 162	-	- 100.0%
	SUMA AKTYWÓW	117 963	130 260	10.4%



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Realizacja prognoz finansowych na rok 2010

	Prognoza 2010 rok	Realizacja I-III kwartał 2010	% realizacji
Przychody ze sprzedaży	150 485	111 827	74%
EBIT	7 358	4 323	59%
EBITDA	13 244	8 433	64%
Wynik netto	4 522	2 998	66%

Wyniki finansowe po III kwartałach 2010 roku nie osiągnęły zaplanowanych wartości z uwagi na wzrost kosztów surowców (głównie mąka) w III kw. br.

Zgodnie z oczekiwaniem Spółki podwyżki cen produktów wdrożone w okresie wrzesień–październik 2010 spowodują osiągnięcie zakładanych marż oraz realizację wyników na zaplanowanym poziomie.



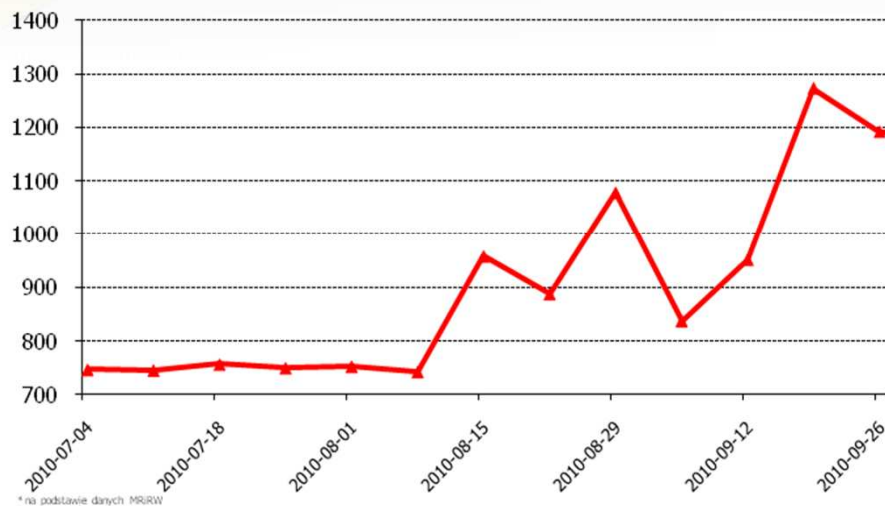
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

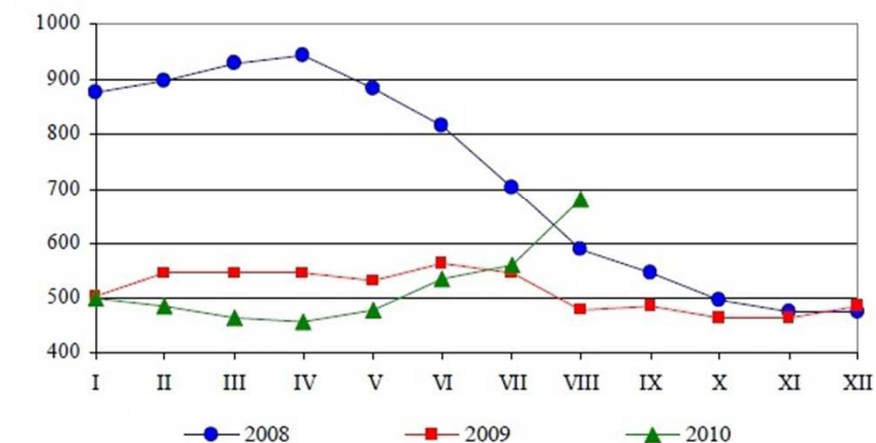


Ceny pszenicy i mąki

cenamąki za 1 tonę



Średnie ceny zakupu pszenicy konsumpcyjnej w latach 2008-2010



Ceny zbóż w Polsce w ostatnich latach podlegały istotnym wahaniom. W sezonie 2005/2006 za tonę pszenicy płacono średnio 350-400 zł. W sezonie 2007/2008 było to 800-920 zł za tonę. W sezonie 2009/2010 cena spadła do 450-500 zł za tonę.

Aktualnie obserwowana skala wzrostu cen mąki jest najwyższa na przestrzeni kilku ostatnich lat. W okresie od maja do września 2010 roku mąka makaronowa zdrożała o ponad 70%. Straty z tytułu wzrostu cen surowców wyniosły 2.1 mln zł w stosunku do planowanych 1.7 mln zł.

Gwałtowny wzrost cen surowca nie pozostał bez wpływu na realizowaną przez Spółkę marżę na sprzedaży, jednak stosowane instrumenty zabezpieczające ceny surowców w średnioterminowej perspektywie pozwoliły na złagodzenie negatywnego wpływu tego czynnika na wyniki finansowe Spółki w III kwartale br.



makarony.pl

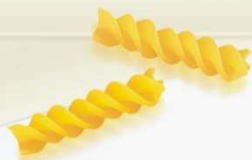
Czynniki wpływające na przyszłe wyniki

- ✦ **Wzrost cen surowców** – Na wyniki finansowe w kolejnych kwartałach największy wpływ będzie miał wzrost sprzedaży w Grupie, wynikający z przeprowadzonych inwestycji oraz zawartych i negocjowanych obecnie kontraktów dotyczących makaronów i dań gotowych. Podstawowym założeniem determinującym funkcjonowanie spółek z Grupy jest nacisk na wzrost udziałów rynkowych- szczególnie w przypadku produktów markowych. Wzrost sprzedaży zaplanowany jest we wszystkich kanałach dystrybucji produktów Grupy: w handlu nowoczesnym, tradycyjnym jak i w ramach eksportu. Pozyskane kontrakty handlowe zapewnią Spółce Makarony Polskie sprzedaż produktów makaronowych na poziomie zbliżonym do pełnego wykorzystania mocy produkcyjnych (80% mocy nominalnych).
- ✦ **Negatywne efekty wzrostu cen mąki** - W IV kwartale widoczne będą negatywne efekty wzrostu cen mąki, natomiast ich wymiar finansowy będzie znacząco mniejszy niż zanotowany w III kwartale br. Wynika to z zakończenia, z końcem października 2010, procesu podwyżek cen produktów na poziomie rekompensującym wzrost kosztów surowca.
- ✦ **Wykorzystanie potencjału produkcyjnego** - Wzrost mocy produkcyjnych i ograniczenie jednostkowych kosztów wytworzenia makaronu, w związku z realizowanymi inwestycjami, spowoduje zwiększenie uzyskiwanej marży. Przewidywane jest zakończenie w IV kwartale 2010 inwestycji w Częstochowie skutkującej zwiększeniem mocy produkcyjnych w zakresie makaronu walcowanego o ok. 250 ton miesięcznie oraz umożliwiających wytwarzanie we własnym zakresie gniazd walcowanych.
- ✦ **Akwizycje** - po uporządkowaniu struktury i wdrożeniu nowego systemu informatycznego Grupa będzie przygotowana do kolejnych projektów w zakresie konsolidacji rynku. Akwizycje mają służyć realizacji strategii rozwoju produktów oraz długoterminowo zapewniać atrakcyjną stopę zwrotu



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Grupa Makarony Polskie

Dziękujemy za uwagę