



Grupa Makarony Polskie

Wyniki finansowe za IV kwartał 2008 roku

Warszawa, 26 lutego 2009 roku



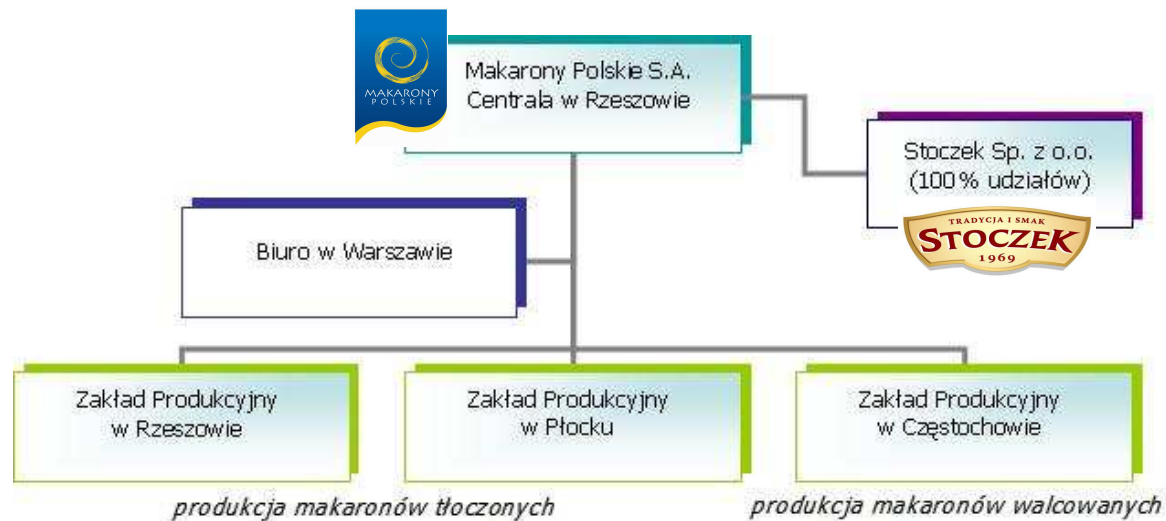
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Grupa Makarony Polskie

✿ Grupę Makarony Polskie tworzą:

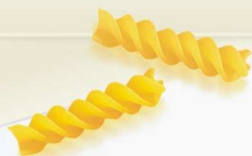
- ✿ Makarony Polskie S.A. (produkcja: Rzeszów, Płock, Częstochowa)
- ✿ Stoczek Sp. z o.o. (Stoczek Łukowski)





MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Portfel produktów

Sorenti:

- ✿ makaron produkowany w 100% z pszenicy durum o najwyższej jakości,
- ✿ sosy do makaronu **Sorenti**



Makaron Staropolski produkowany z wyselekcjonowanych pszenic zwyczajnych pochodzenia krajowego; makaron, który trafia w tradycyjne polskie gusta Klientów preferujących makaron miękki



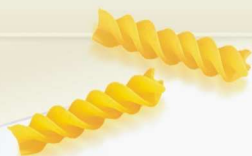
Abak produkowany metodą tradycyjną ze świeżych jaj: dwu- oraz czterojajeczny.





MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Portfel produktów c.d.



Dzemy

Produkty marki Stoczek powstają
na bazie tradycyjnych receptur,
z naturalnych składników,
nie zawierają barwników,
ani konserwantów.



Dania gotowe



Pasztety, smalce



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

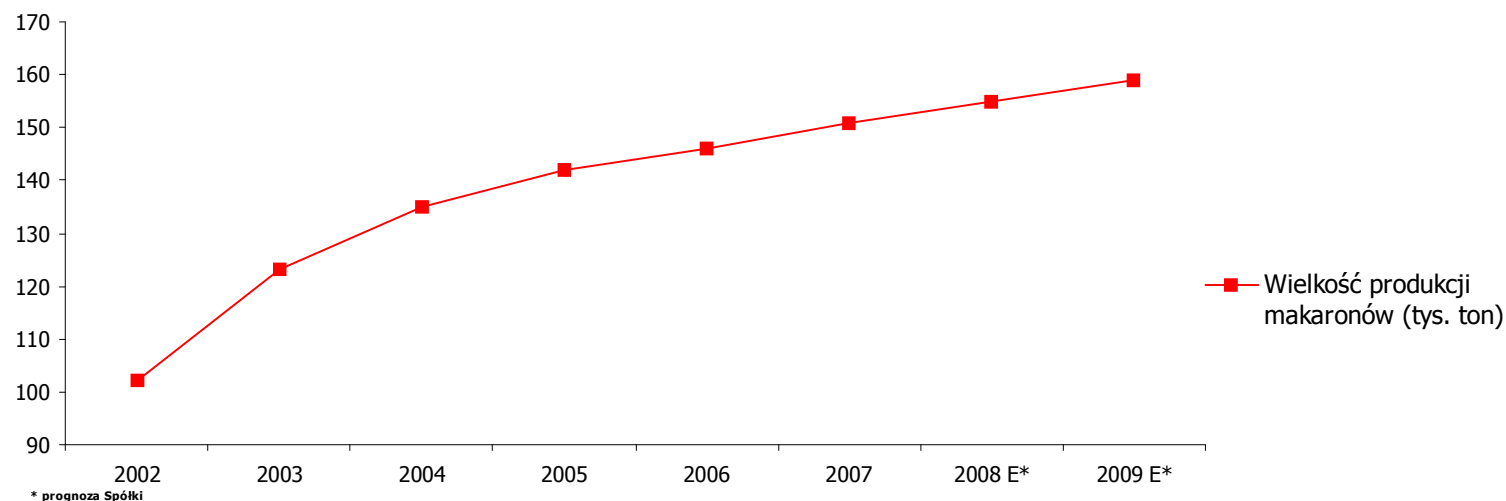
Rynek makaronu - tendencje

Wartość rynku makaronowego w Polsce /wg danych GUS, 2007/:

- ✦ wielkość produkcji makaronów to **151 tys. ton**
- ✦ oraz **715 mln zł** wartościowo /wartość produkcji sprzedanej według cen producentów/

Spożycie makaronu w Polsce:

- ✦ średnio ok. 4,6 kg makaronu rocznie /wg danych GUS, 2007/
- ✦ wzrost rynku o ok. 3-5% rocznie
- ✦ duży potencjał wzrostu – spożycie makaronu w innych krajach Europy
- ✦ ciągły wzrost konsumpcji na skutek zmieniających się preferencji żywieniowych Polaków



Źródło: GUS

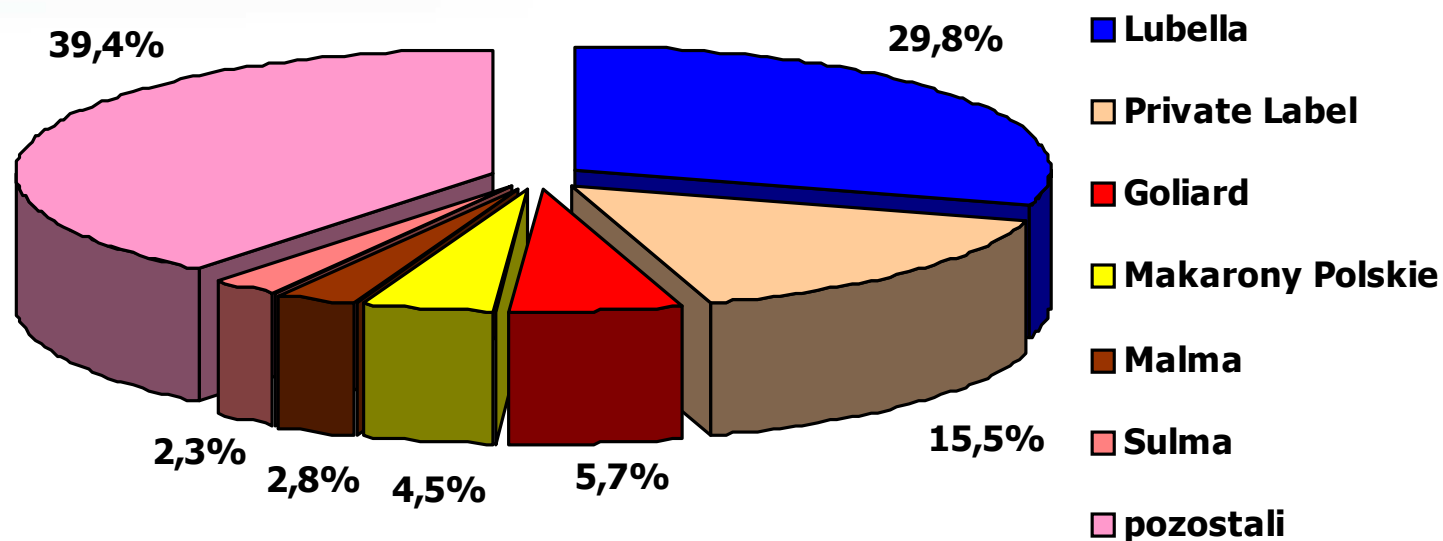


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Rynek makaronu



Źródło: MEMRB (udziały ilościowo, XI-XII 2008)

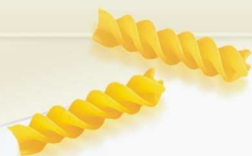
Makarony Polskie utrzymały trzecią pozycję na rynku w zakresie produktów pod swoimi markami, zmniejszając dystans do drugiego na rynku Goliarda.

Łączna wielkość sprzedaży uwzględniająca produkty pod markami sieci handlowych stanowiła ponad 16% udziału w polskim rynku makaronu, zapewniając Spółce drugą pozycję na rynku.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Producenci makaronu

Makarony walcowane

Podmiot	Moce produkcyjne miesięcznie (t)	2009 rok
Goliard	500,00	
Sas	500,00	
Czaniec	500,00	
Arcpol	500,00	
Makarony Polskie	400,00	600,00
Ekomak	400,00	
As Babuni	300,00	
Międzybrodzki	250,00	
Animak	250,00	
Maxpol	200,00	
Inni	420,00	
Razem	4 220,00	

Makarony tłoczone

Podmiot	Moce produkcyjne miesięcznie (t)	2009 rok
Lubella	3 800,00	
Makarony Polskie	2 500,00	3 700,00
Rolpot	1 500,00	
Sas	1 000,00	
Ekomak	1 000,00	
Okruszek	800,00	
Artlex	800,00	
Animak	600,00	
As Babuni	600,00	
Anna Łąck	500,00	
Sulma	400,00	
Mlekser	300,00	
As Marco	250,00	
Inni	800,00	
Import	3 000,00	
Razem	17 850,00	



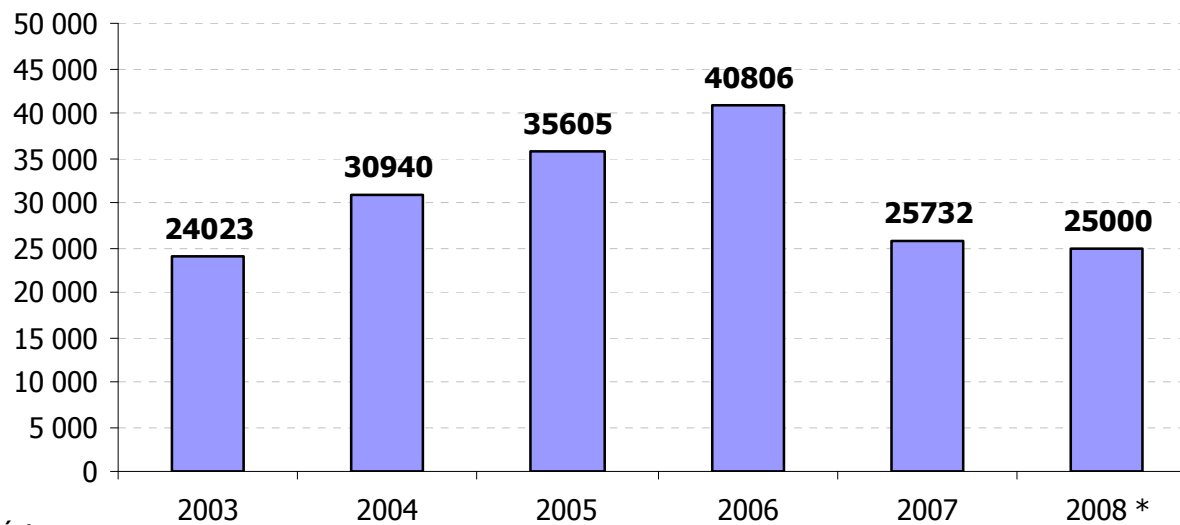
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Nakłady inwestycyjne branży makaronowej

- ✂ Kryzys na rynku makaronowym przełożył się na ograniczenie inwestycji w branży
- ✂ Obecnie inwestycje prowadzone są w zasadzie wyłącznie przez największe spółki

**Nakłady na nowe obiekty majątkowe w tys. zł
(budowa, zakup oraz ulepszenie istniejących)**



Źródło: GUS 2007

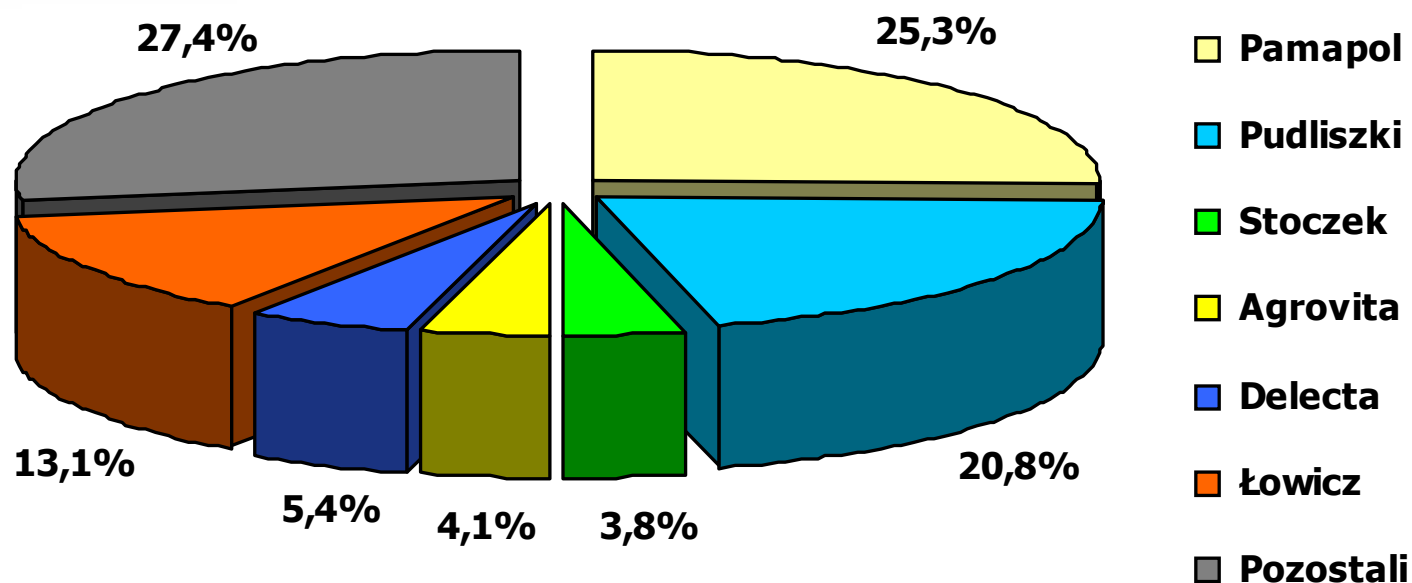
* prognoza Spółki



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Rynek dań gotowych



Źródło: MEMRB (udziały wartościowo, XI-XII 2008)

Stoczek zwiększył udział w rynku dań gotowych, zachowując szóstą pozycję na rynku w zakresie produktów pod swoimi markami, zmniejszając dystans do piątej na rynku Agrovity.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Dystrybucja numeryczna

Wskaźnik dystrybucji numerycznej systematycznie rośnie poprzez zwiększanie liczby sklepów w handlu tradycyjnym oraz wprowadzanie produktów do sieci handlowych. Obecnie Grupa koncentruje się na poszerzeniu asortymentu w najlepszych punktach sprzedaży oraz wprowadzaniu swoich produktów markowych do zorganizowanych sieci handlowych.

Dystrybucja numeryczna	2006	listopad/grudzień 2007	listopad/grudzień 2008
Sorenti	1%	9%	9%
Makaron Staropolski	1%	8%	8%
Abak	31%	31%	27%
Stoczek	19%	16%	14%

Dystrybucja ważona	2006	listopad/grudzień 2007	listopad/grudzień 2008
Sorenti	2%	23%	33%
Makaron Staropolski	1%	11%	12%
Abak	22%	25%	32%
Stoczek	30%	24%	28%

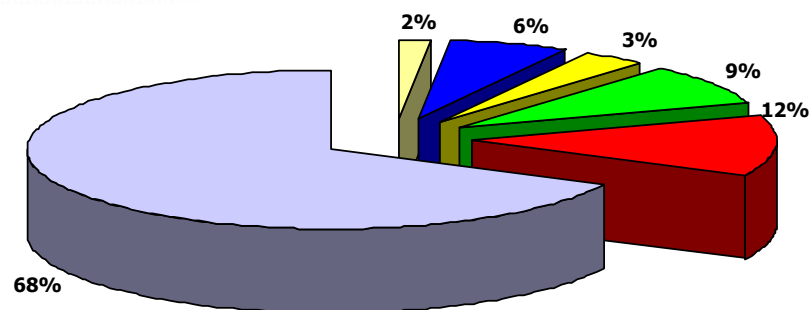


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

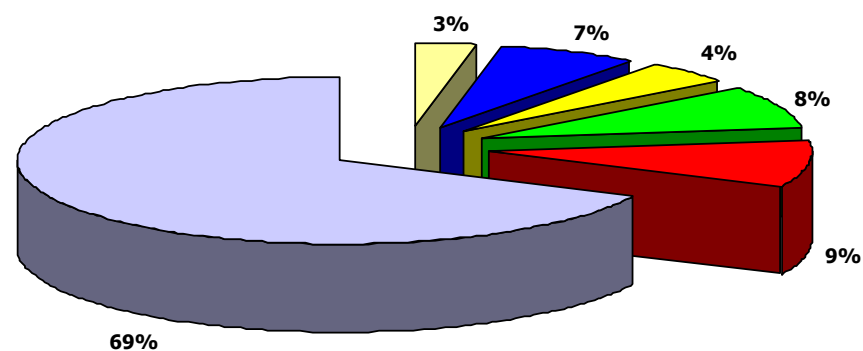
Struktura sprzedaży

IV kwartał 2007



■ Solare ■ Sorenti ■ Makaron Staropolski ■ Stoczek ■ Abak ■ pozostałe

IV kwartał 2008



■ Solare ■ Sorenti ■ Makaron Staropolski ■ Stoczek ■ Abak ■ pozostałe

Dynamika sprzedaży produktów markowych w IV kwartale 2008 roku wyniosła 94%.

W czwartym kwartale 2007 roku sprzedaż produktów markowych wynosiła 7,6 mln zł, tymczasem w czwartym kwartale 2008 roku wyniosła 7,2 mln zł i stanowiła 31 % przychodów Grupy.

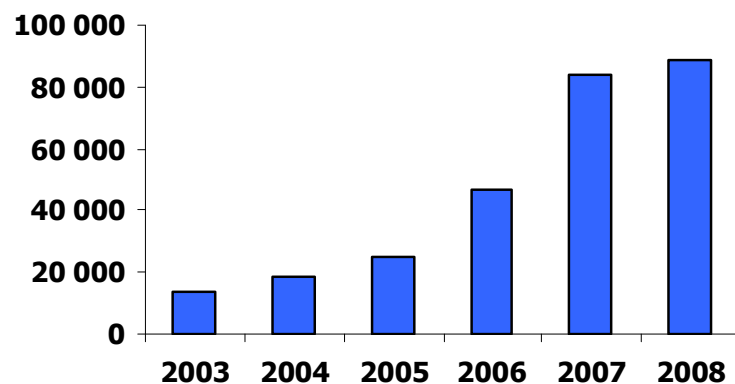


MAKARONY
POLSKIE

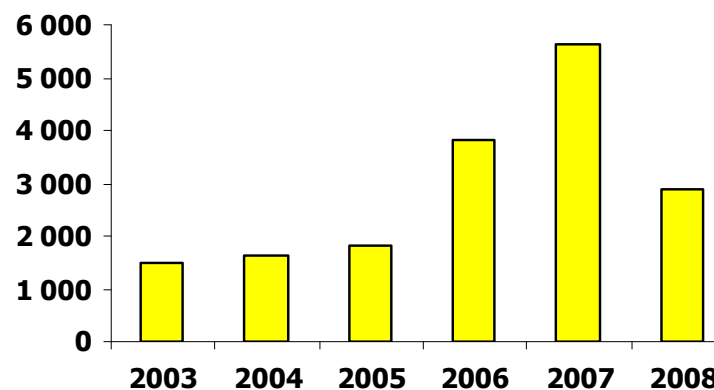
makarony.pl

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Przychody ze sprzedaży



EBITDA



dane w tys. zł	2003	2004	2005	2006	2007	2008
przychody netto	13 833	18 283	24 954	46 557	83 844	88 750
EBITDA	1 484	1 612	1 803	3 818	5 650	2 895
EBIT	401	297	230	2 450	1 979	-1 274
zysk netto	224	177	37	1 822	2 422	-2 715



makarony.pl

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Grupa Makarony Polskie	IVQ07	IV Q 08	zmiana % IV Q 07 / IV Q 08
Przychody ze sprzedaży	23 583	22 471	-5%
EBITDA	1 843	713	-61%
EBIT	-51	-277	-
zysk brutto	-226	-608	-
zysk netto	329	-585	-

Makarony Polskie S.A.	IVQ07	IV Q 08	zmiana % IV Q 07 / IV Q 08
Przychody ze sprzedaży	13 085	17 739	36%
EBITDA	-1 370	351	-
EBIT	-1 930	-247	-
zysk brutto	-1 916	48	-
zysk netto	-1 568	70	-



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Wyniki finansowe w IV kwartale 2008

Na wyniki finansowe Grupy Makarony Polskie w IV kwartale 2008 r. znaczący wpływ miały:

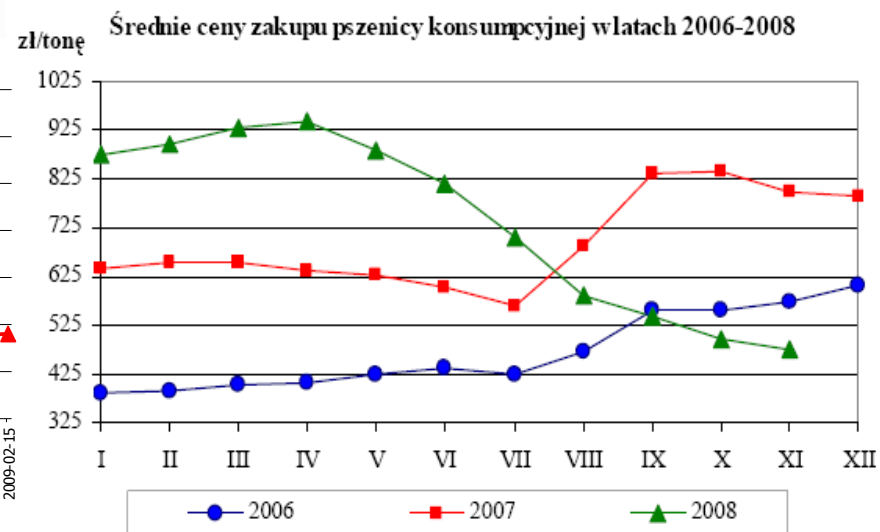
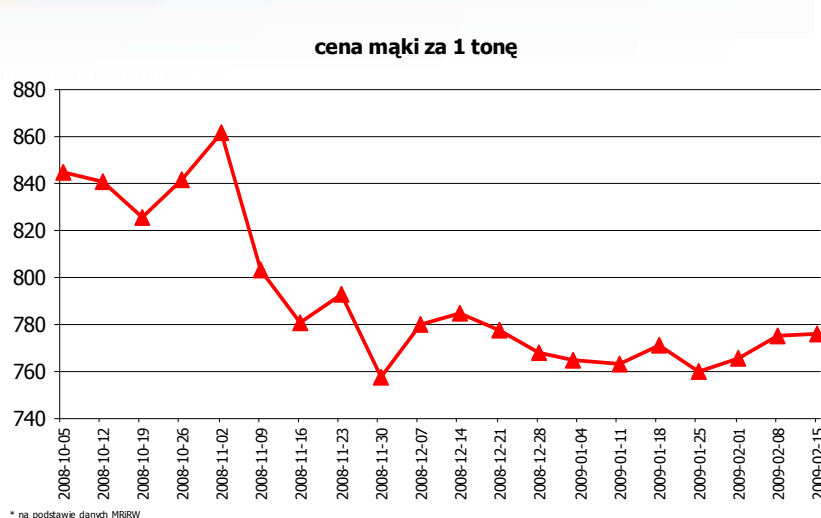
- ✦ ograniczenie o około 20% produkcji i sprzedaży makaronu przy stałym poziomie kosztów w związku z planowym ograniczeniem mocy produkcyjnych w trakcie realizacji inwestycji w zakładzie produkcyjnym w Rzeszowie,
- ✦ wzrost kosztów sprzedaży w związku z pozyskaniem nowych kontraktów w handlu nowoczesnym,
- ✦ osłabienie kursu złotego - wzrost kosztów z tytułu różnic kursowych. W IV kwartale 2008 roku koszt z tego tytułu w Stoczek Sp. z o.o. wyniósł 220 tys. zł,
- ✦ w związku z finansowaniem inwestycji w Rzeszowie znacząco wzrósł poziom zobowiązań oprocentowanych,
- ✦ wzrost kosztów surowcowych w Spółce Stoczek,
- ✦ prowadzony w okresie 2007/2008 proces restrukturyzacji obejmujący zwiększenie skali i automatyzację produkcji oraz obniżenie kosztów działalności umożliwia urentownienie działalności i stworzenie warunków do osiągnięcia dodatnich wyników finansowych w przyszłych okresach.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Ceny pszenicy i mąki



Głównym składnikiem kosztu wytworzenia makaronu jest mąka, której dynamiczny wzrost w ciągu II połowy 2007 i I połowy 2008 roku negatywnie wpłynął na wyniki Spółki. Najwyższą historycznie cenę mąki odnotowano w miesiącu kwietniu 2008 roku. Ceny pszenicy oraz mąki ustabilizowały się. Stosowana przez Spółkę polityka zakupowa ma na celu minimalizację ryzyka wahan cen surowców na wyniki Spółki.



makarony.pl

Czynniki wpływające na przyszłe wyniki

- ✦ **wzrost mocy produkcyjnych o blisko 40 %** w zakładach Spółki Makarony Polskie oraz wzrost poziomu sprzedaży przy restrykcyjnej polityce kosztowej spowoduje znaczący wzrost uzyskiwanych marż. Spółka posiada zamówienia, których realizacja pozwoli na 100 % wykorzystanie mocy produkcyjnych, a tym samym spowoduje proporcjonalny wzrost sprzedaży przy obniżonych kosztach jednostkowych. Dzięki inwestycjom w zakładach produkcyjnych w Rzeszowie i Częstochowie, Spółka Makarony Polskie od kwietnia b.r. będzie posiadała moce produkcyjne na poziomie 4 300 ton miesięcznie,
- ✦ **wpływ środków pomocowych z Unii Europejskiej**, finansujących zakup linii do produkcji makaronu w zakładzie w Rzeszowie spowoduje spadek kosztów związanych z finansowaniem kredytu w banku BGŻ S.A.. Spółka Makarony Polskie otrzyma zwrot poniesionych kosztów w kwocie ponad 11,5 mln zł, co w znacznej części zostanie przekazane na spłatę kredytu inwestycyjnego. Pozostała kwota (około 5,6 mln zł) będzie spłacana w okresie 7 lat,
- ✦ kontynuowana będzie **strategia rozwoju sprzedaży produktów markowych** – wprowadzenie produktów do nowych punktów sprzedaży, cel w dużym stopniu zrealizowany w 2008 roku, zapewni poprawę wyników finansowych,
- ✦ **stabilizacja cen pszenicy i mąki oraz kontrakty gwarantujące stałą cenę surowców** - wpływa korzystnie na osiągnięcie stabilnych marż,
- ✦ **automatyzacja produkcji oraz redukcja zatrudnienia** w Spółce Stoczek spowoduje obniżenie jednostkowych kosztów stałych.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Cele na rok 2009

Sprzedaż:

- ✘ utrzymanie 22% (ilościowo) udziału w rynku makaronu, przy czym makarony pod markami firmy powinny osiągnąć 8% udziału w rynku. Zapewni to Grupie ugruntowanie drugiej pozycji na rynku,
- ✘ osiągnięcie 5% udziału w rynku dań gotowych,
- ✘ osiągnięcie 30% dystrybucji numerycznej w zakresie podstawowych produktów (makarony SORENTI, ABAK oraz dania gotowe i dżemy STOCZEK),
- ✘ osiągnięcie co najmniej 35% udziału w przychodach ze sprzedaży produktów markowych,
- ✘ wzrost sprzedaży produktów Stoczka o co najmniej 30 %,
- ✘ wzrost przychodów Grupy o 27 % do 113 mln zł.

Rozwój/restrukturyzacja:

- ✘ realizacja inwestycji w Rzeszowie – zwiększenie mocy produkcyjnych w zakresie produkcji makaronu (inwestycja o wartości 19,5 mln zł zostanie dofinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach SPO WKP kwotą 11,4 mln zł),
- ✘ osiągnięcie mocy produkcyjnych 4.300 ton makaronów oraz 1.000 ton dań gotowych i dżemów miesięcznie.

Cele ekonomiczne:

- ✘ osiągania rentowności EBITDA na poziomie co najmniej 7-8%,
- ✘ osiągnięcie dodatnich wyników finansowych w każdym kwartale 2009 roku.



MAKARONY
POLSKIE

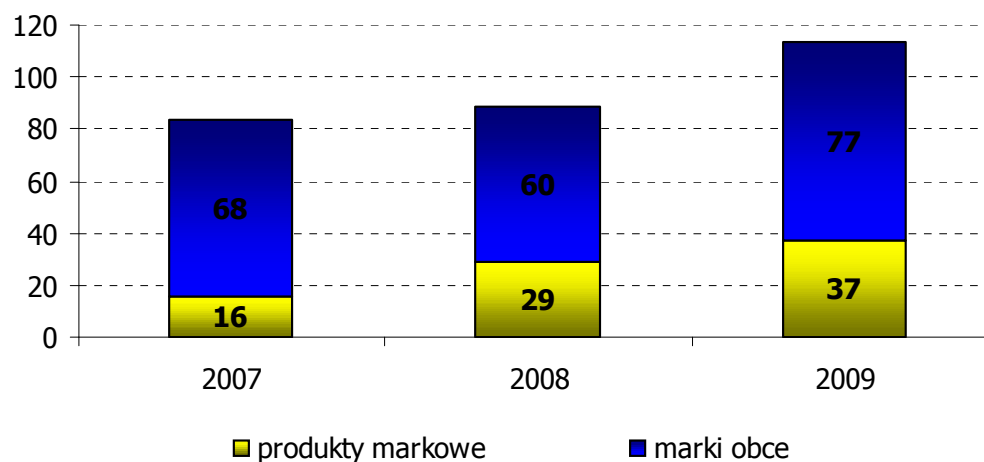
makarony.pl

Planowane w 2009 przychody ze sprzedaży

Wartość przychodów Grupy Makarony Polskie w roku 2009 wyniesie 113,6 mln zł

- ✦ 45% - handel sieciowy
- ✦ 21% - handel tradycyjny
- ✦ 27% - kontrakty instytucjonalne
- ✦ 7% - eksport

Przychody Grupy Makarony Polskie





MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Grupa Makarony Polskie

Dziękujemy za uwagę