



Makarony Polskie S.A.

Warszawa, 13 listopada 2008 roku



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Plan prezentacji

- ✂ **I. Prezentacja Grupy Makarony Polskie.**
- ✂ **II. Wyniki za III kwartał 2008 r.**
- ✂ **III. Plany na 2008 rok**



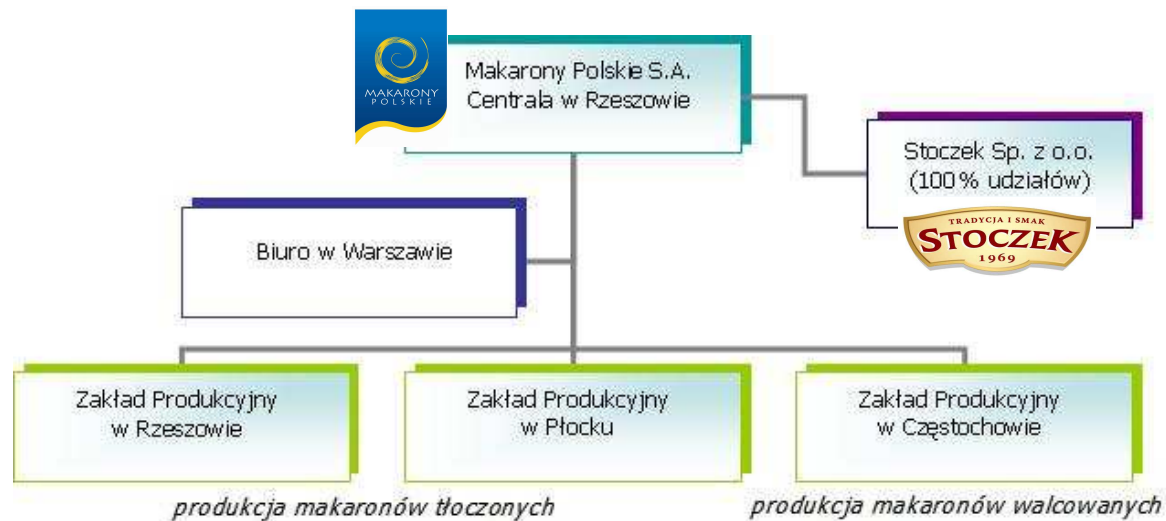
MAKARONY
POLSKIE

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



Strategia rozwoju

Naszym celem jest:

- ✦ zbudowanie dużej firmy spożywczej działającej w najbardziej atrakcyjnych segmentach rynku artykułów spożywczych i osiągnięcie pozycji w pierwszej trójce największych producentów w poszczególnych segmentach rynku
- ✦ osiągnięcie pozycji „lidera jakości” na rynku w postrzeganiu konsumentów i dystrybutorów.

poprzez:

- ✦ rozwój produktów markowych:
 - ✦ poprawa wizerunku i promocja istniejących produktów,
 - ✦ rozszerzenie oferty asortymentowej o nowe produkty o wyższej wartości dodanej oraz tworzenie nowych produktów uzupełniających ofertę w ramach danej marki (brand extension), np. sosy do makaronów Sorenti, przetwory warzywne Stoczek,
 - ✦ oferowanie produktów najwyższej jakości w poszczególnych kategoriach na atrakcyjnych warunkach cenowych,
 - ✦ tworzenie produktów sprzyjających utrzymywaniu zdrowia i dobrej kondycji.
- ✦ udział w konsolidacji rynku poprzez akwizycje zakładów spożywczych,
- ✦ rozbudowę sieci sprzedaży na terenie Polski oraz rozwój sprzedaży eksportowej,
- ✦ stałą poprawę efektywności produkcji w wyniku zwiększenia skali i automatyzację procesów produkcji w celu utrzymania wysokiej konkurencyjności w stosunku do producentów polskich i zagranicznych,



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Asortyment produktów

- ✦ Asortyment produktów oferowanych przez Grupę Makarony Polskie obejmuje następujące marki:



- ✦ Makarony i sosy



- ✦ Makarony tradycyjne



- ✦ Dania gotowe, pasztety, dżemy



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

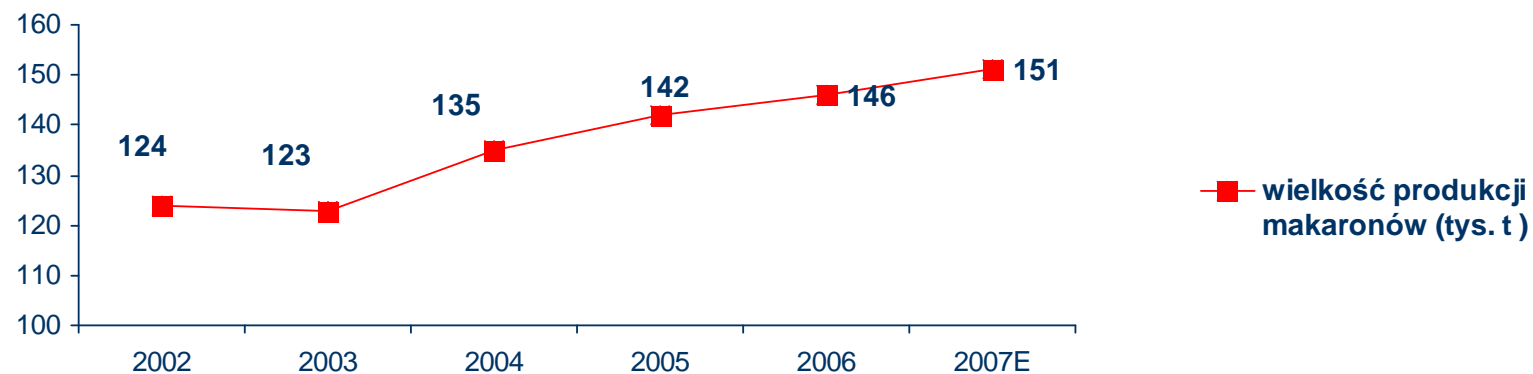
Rynek makaronu - tendencje

Wartość rynku makaronowego w Polsce /wg danych GUS, 2006/ to:

- ✦ wielkość produkcji makaronów to **146 tys. ton**
- ✦ oraz **650 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

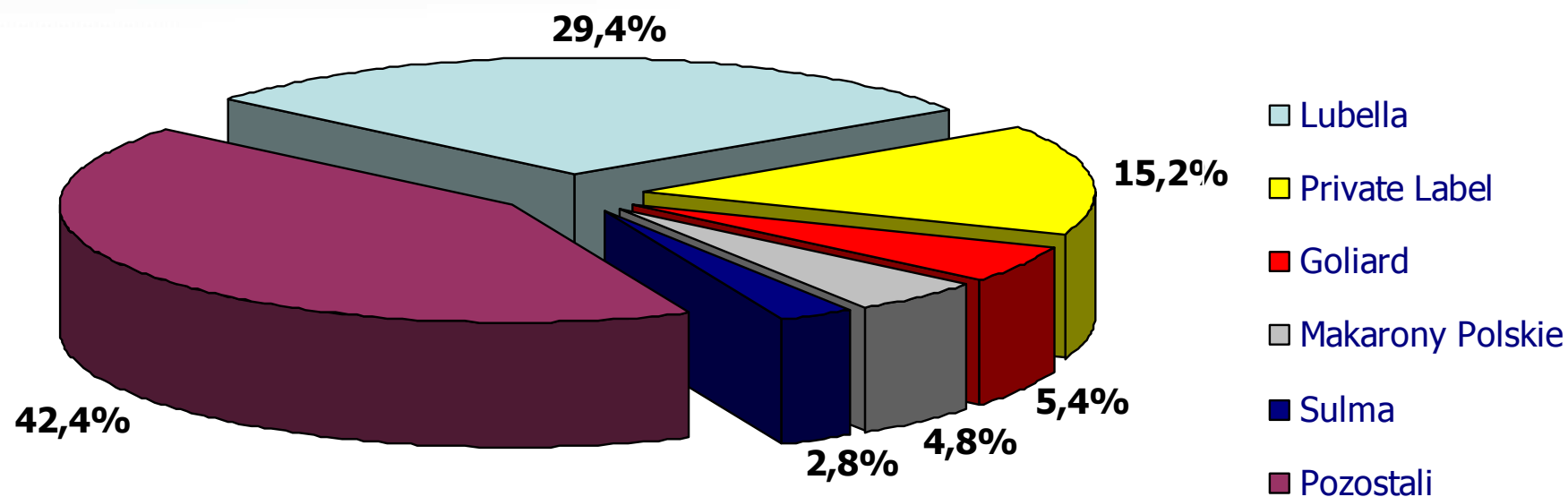


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Rynek makaronu



Źródło: MEMRB (udziały ilościowo, VII-VIII 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 15% udziału w polskim rynku makaronu, zapewniając Spółce drugą pozycję na rynku



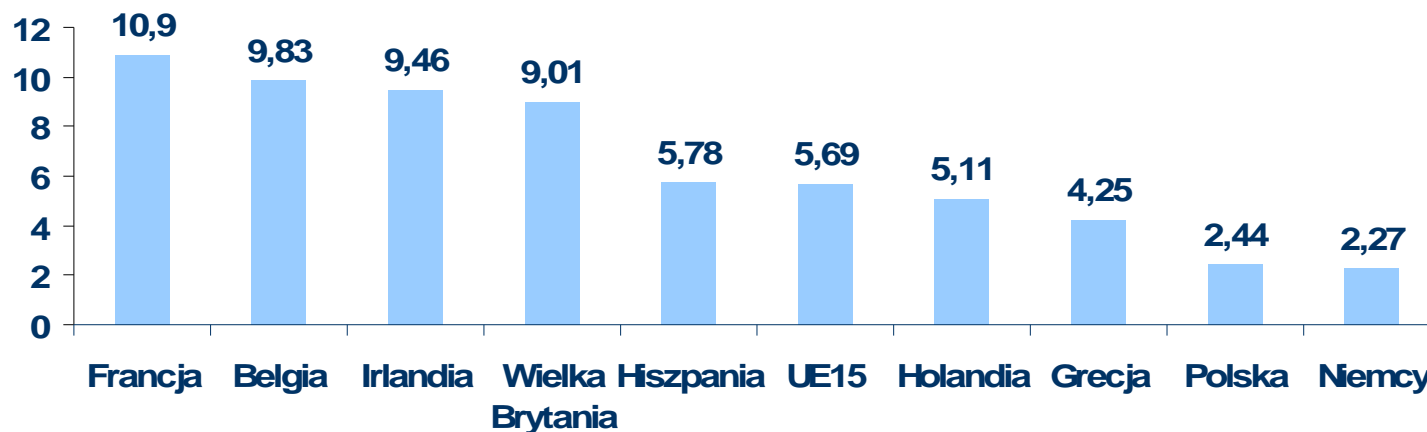
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Rynek dań gotowych w Polsce

- ✦ wartość rynku krajowego 240 – 250 mln zł w 2007 roku
- ✦ prognozowany wzrost rynku 10% rocznie
- ✦ duży potencjał: niższe spożycie dań gotowych niż w UE
- ✦ zmiana nawyków żywieniowych: rosnące zainteresowanie produktami przetworzonymi, również mrożonymi (warzywa i dania gotowe)

Spożycie dań gotowych w UE w 2006 r. /dane w euro na głowę mieszkańca/



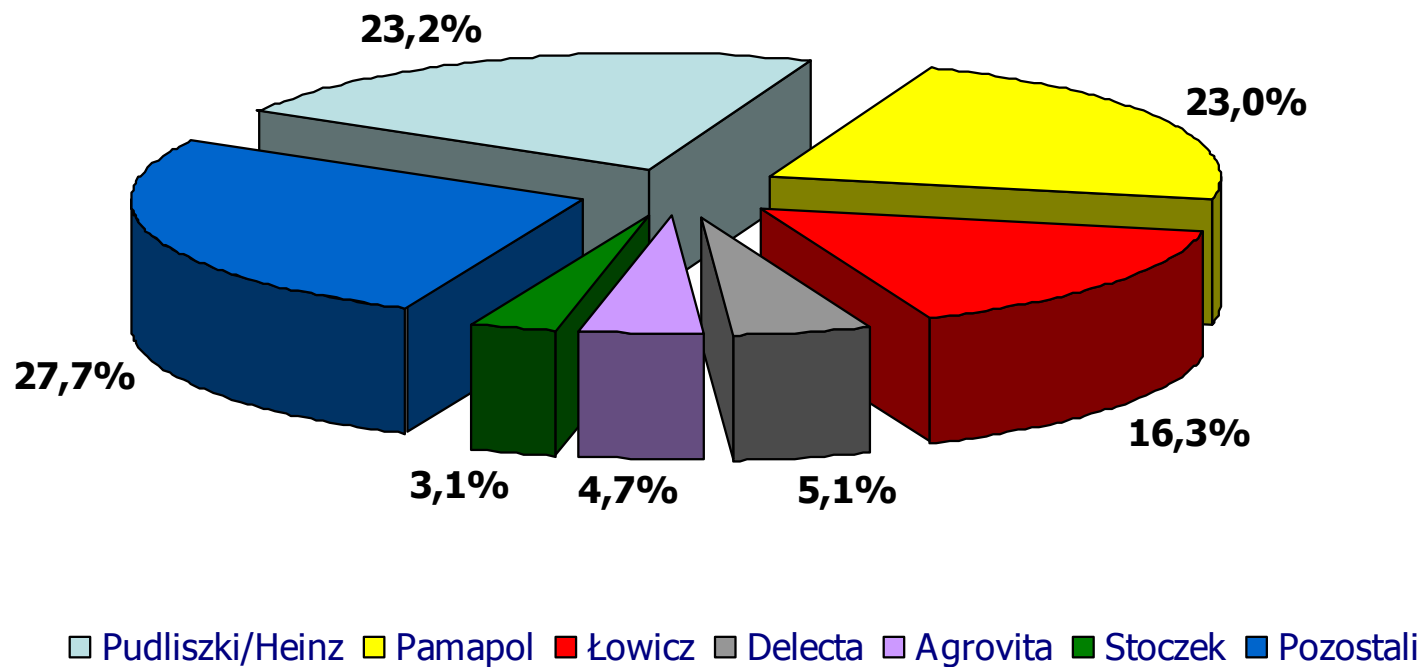
Źródło: Data Monitor



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Rynek dań gotowych

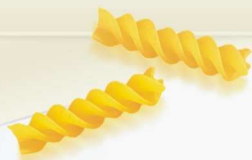


Źródło: MEMRB (udziały wartościowo, VII-VIII 2008)



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Rozwój sprzedaży

- ✿ Wskaźnik dystrybucji numerycznej dla produktów markowych Grupy kształtuje się następująco:

Marka	2006	01/02 2007	05/06 2007	11/12 2007	05/06 2008	07/08 2008
Sorenti	1%	4%	5%	9%	9%	8%
Abak	31%	29%	31%	31%	30%	26%
Stoczek	19%	19%	19%	16%	16%	13%

- ✿ Wskaźnik dystrybucji ważonej:

Marka	2006	01/02 2007	05/06 2007	11/12 2007	05/06 2008	07/08 2008
Sorenti	2%	5%	15%	23%	27%	26%
Abak	22%	20%	23%	23%	26%	27%
Stoczek	30%	30%	28%	24%	19%	21%

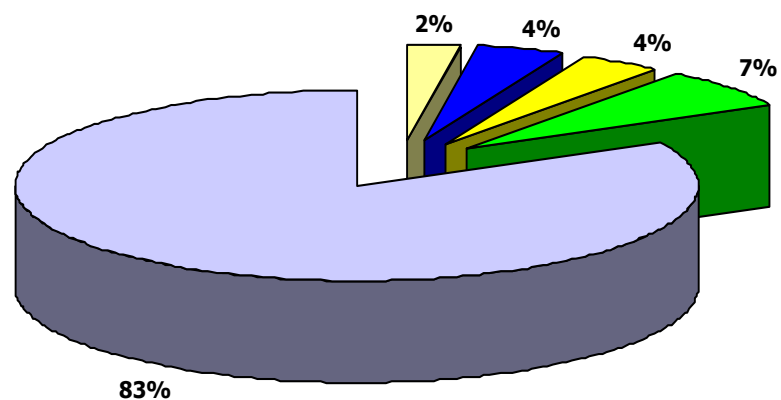


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

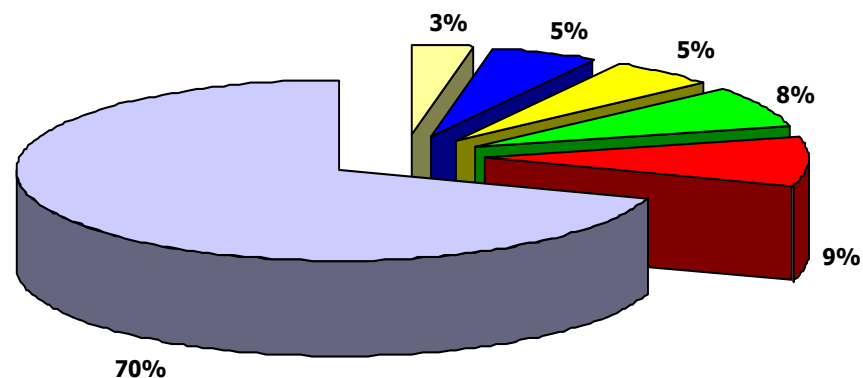
Struktura sprzedaży

III kwartał 2007



■ Solare ■ Sorenti ■ Makaron Staropolski ■ Stoczek ■ pozostałe

III kwartał 2008



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

Dynamika sprzedaży produktów markowych w III kwartale 2008 roku wyniosła 176%.

W III kwartale 2007 roku sprzedaż produktów markowych wynosiła 3,9 mln zł, tymczasem w III kwartale 2008 roku wyniosła już 6,8 mln zł i stanowiła 30% przychodów Grupy.

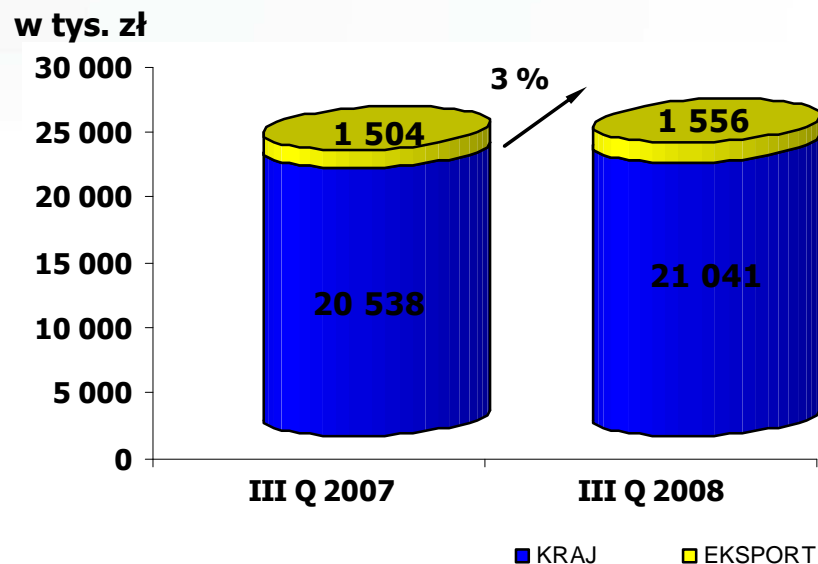


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Przychody ze sprzedaży



- ✦ Wartość przychodów ze sprzedaży Grupy Makarony Polskie w III kwartale 2008 roku była o 3% wyższa w porównaniu z tym samym okresem 2007 roku i osiągnęła wartość 22,6 mln zł.
- ✦ Podobnie jak w poprzednich okresach dominowała sprzedaż na rynku krajowym, na który przypadło 93,1% przychodów ze sprzedaży Grupy.
- ✦ Grupa Makarony Polskie eksportuje swoje produkty do następujących krajów: Holandia, Czechy, Słowacja, Szwecja, Wielka Brytania, Niemcy, Litwa, USA, Australia oraz do innych krajów Europy, Azji i Afryki.
- ✦ Wartość eksportu Grupy w III kwartale 2008 roku wyniosła 1,6 mln zł i była wyższa o 3% w porównaniu do analogicznego okresu 2007 roku. Pomimo obserwowanego spadku kursu EUR w III kwartale 2008 roku, Grupa utrzymała poziom sprzedaży eksportowej. Prognozowany jest dalszy wzrost sprzedaży eksportowej, szczególnie w spółce dominującej w IV kwartale 2008 roku.

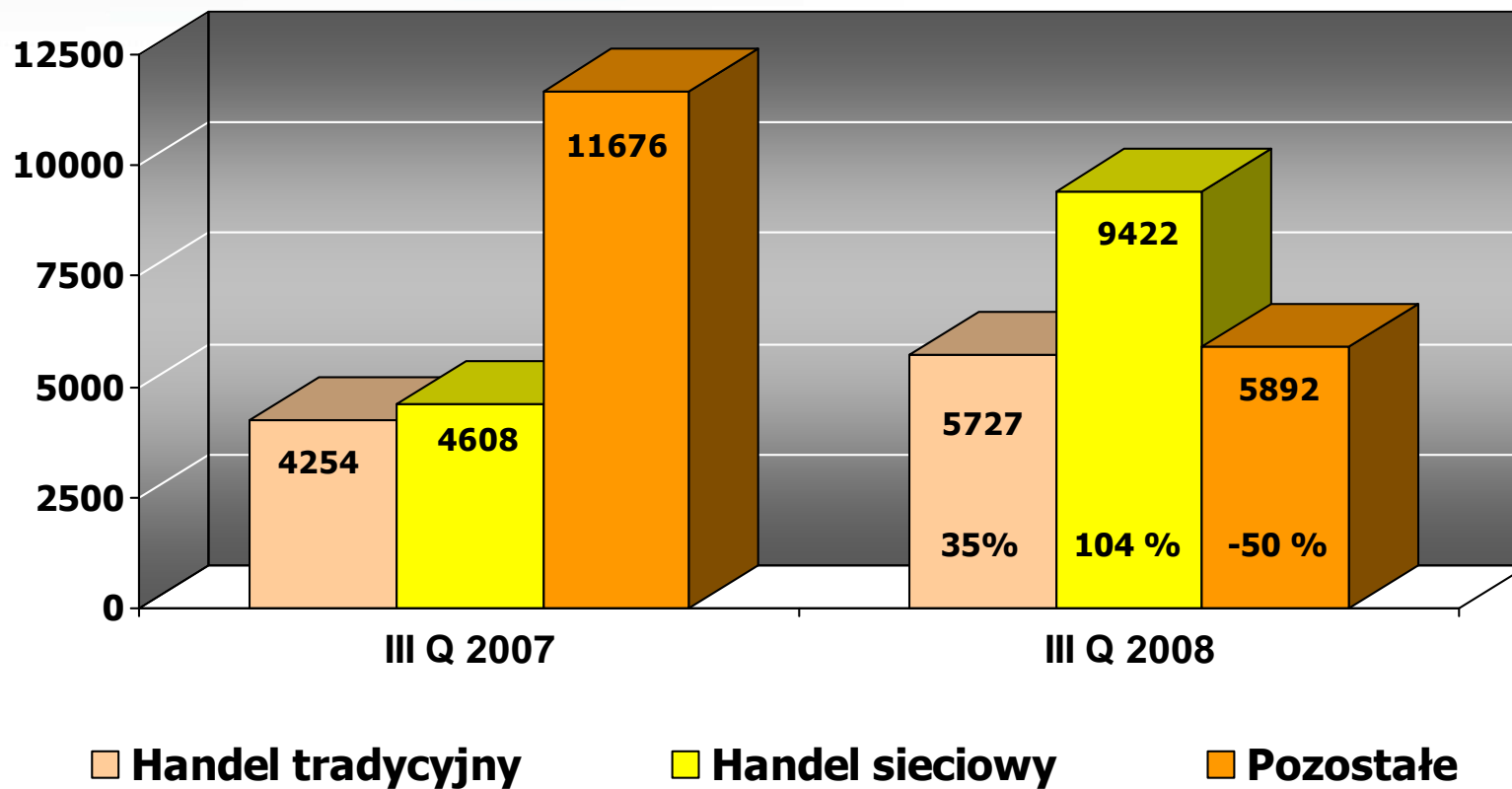


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Sprzedaż krajowa

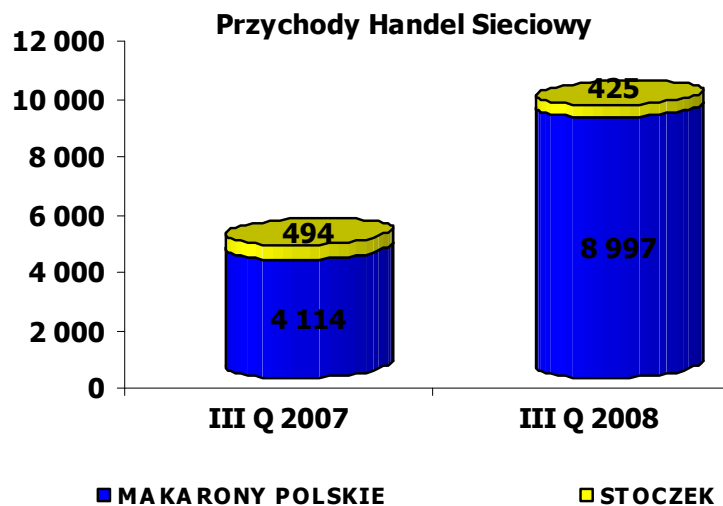
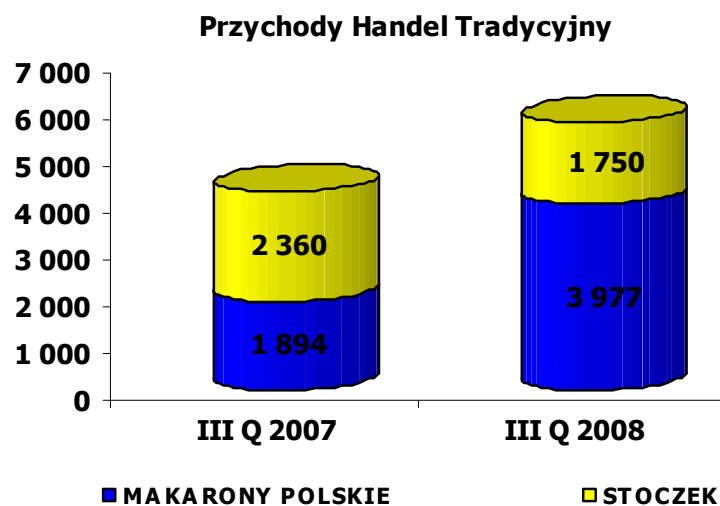




MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Sprzedaż krajowa



- ✿ Wartość sprzedaży krajowej w III kwartale 2008 roku wyniosła 21 mln zł i była wyższa o 2,5% w porównaniu do III kwartału 2007 roku.
- ✿ III kwartał 2008 roku to kolejny okres w którym odnotowano bardzo silny wzrost sprzedaży w handlu tradycyjnym i sieciowym. Dynamika tych dwóch kanałów sprzedaży wyniosła odpowiednio 135% i 204% analizując trzecie kwartały roku 2007 i 2008.

Wyniki finansowe za III kwartał 2008

Wyniki skonsolidowane Grupy Makarony Polskie

Grupa Makarony Polskie	I Q 07	II Q 07	III Q 07	I Q 08	II Q 08	III Q 08	zmiana % III Q 07 / III Q 08
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	20 139	18 079	22 043	19 186	24 496	22 597	3%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	17 945	12 222	18 435	16 485	20 360	17 214	-7%
Zysk brutto ze sprzedaży	2 194	5 857	3 608	2 701	4 136	5 383	49%
Koszty sprzedaży	1 245	2 176	3 068	2 710	3 094	3 254	6%
Koszty zarządu	463	829	1 327	1 493	1 645	1 577	19%
Zysk ze sprzedaży	486	2 852	-787	-1 502	-603	552	
Amortyzacja	371	549	857	1 107	1 014	1 057	23%
EBIT	533	1 294	202	-1 382	-532	919	355%
EBITDA	904	1 843	1 059	-275	482	1 976	87%
zysk brutto	487	2 435	-33	-1 668	-870	491	
zysk netto	324	2 033	-266	-1 730	-905	505	

Rentowność EBIT	2,65%	7,16%	0,92%	-7,20%	-2,17%	4,07%
Rentowność EBITDA	4,49%	10,19%	4,80%	-1,43%	1,97%	8,74%
Rentowność brutto sprzedaży	2,42%	13,47%	-0,15%	-8,69%	-3,55%	2,17%
Rentowność netto sprzedaży	1,61%	11,25%	-1,21%	-9,02%	-3,69%	2,23%

Q - kwartał



makarony.pl

Wyniki finansowe za III kwartał 2008

Wyniki jednostkowe Makarony Polskie S.A.

Makarony Polskie S.A.	I Q 07	II Q 07	III Q 07	I Q 08	II Q 08	III Q 08	zmiana % III Q 07 / III Q 08
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	20 139	16 834	16 293	9 690	17 074	17 180	5,4%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	17 945	11 389	13 622	8 388	14 842	13 778	1,1%
Zysk brutto ze sprzedaży	2 194	5 445	2 671	1 302	2 232	3 402	27,4%
Koszty sprzedaży	1 245	1 934	2 247	1 757	2 099	2 492	10,9%
Koszty zarządu	463	577	690	638	837	980	42,0%
Zysk ze sprzedaży	486	2 934	-266	-1 093	-704	-70	-73,7%
Amortyzacja	371	422	486	577	630	663	36,4%
EBIT	533	1 374	665	-1 031	1 992	329	-50,5%
EBITDA	904	1 796	1 151	-454	2 622	992	-13,8%
zysk brutto	487	1 350	607	-1 062	611	138	-77,3%
zysk netto	324	1 152	384	-1 125	538	152	-60,4%
Rentowność EBIT	2,65%	8,16%	4,08%	-10,64%	11,67%	1,92%	
Rentowność EBITDA	4,49%	10,67%	7,06%	-4,69%	15,36%	5,77%	
Rentowność brutto sprzedaży	2,42%	8,02%	3,73%	-10,96%	3,58%	0,80%	
Rentowność netto sprzedaży	1,61%	6,84%	2,36%	-11,61%	3,15%	0,88%	

Q - kwartał



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Wyniki finansowe za III kwartał 2008

Wyniki jednostkowe Stoczek Sp. z o.o.

Stoczek Sp. z o.o.	III Q 07	III Q 08	zmiana % III Q 07 / III Q 08
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	6 750	8 012	19%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	5 614	5 876	5%
Zysk brutto ze sprzedaży	1 136	2 136	88%
Koszty sprzedaży	1 020	983	-4%
Koszty zarządu	638	598	-6%
Amortyzacja	371	394	6%
EBIT	-463	588	
EBITDA	-92	982	
zysk brutto	-641	353	
zysk netto	-651	353	

Rentowność EBIT	-6,86%	7,34%
Rentowność EBITDA	-1,36%	12,26%
Rentowność brutto sprzedaży	-9,50%	4,41%
Rentowność netto sprzedaży	-9,64%	4,41%

Q - kwartał



makarony.pl

Wyniki finansowe w III kwartale 2008

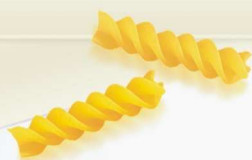
Na wyniki finansowe Grupy Makarony Polskie w III kwartale 2008 r. znaczący wpływ miały:

- ✦ odbudowa sprzedaży poprzez pozyskanie nowych odbiorców, którzy zastąpili realizowany w 2007 roku kontrakt z Agencją Rynku Rolnego,
- ✦ spadkowy trend cen pszenicy oraz mąki – umożliwienie stabilizacji marż na produkcji makaronu na poziomie zapewniającym rentowność,
- ✦ poprawienie marży osiąganey na produktach:
 - ✦ obniżenie kosztów stałych w wyniku działań restrukturyzacyjnych – około 250 tys. zł miesięcznie w stosunku do grudnia 2007 roku.
 - ✦ zwiększenie skali i automatyzacji produkcji oraz obniżenie kosztów wytworzenia produktów:
 - wzrost sprzedaży makaronu z 1.800 t/ miesięcznie w I połowie 2008 roku do 2.400 t miesięcznie we wrześniu i październiku
 - osiągnięcie sprzedaży Stoczka na poziomie 550 t/ miesięcznie w stosunku do 300 t średnio miesięcznie w 2007 roku
- ✦ nakłady na inwestycję w Rzeszowie, która obecnie wiąże się z ponoszeniem wyższych kosztów oraz przejściowym obniżeniem mocy produkcyjnych. Zakończenie inwestycji pozwoli zwiększyć moce produkcyjne do 4000 ton makaronu miesięcznie, co spowoduje dalszą poprawę efektywności działania. Po zakończeniu inwestycji Spółka Makarony Polskie S.A. ugruntuje swoją pozycję jednego z trzech największych producentów makaronu w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

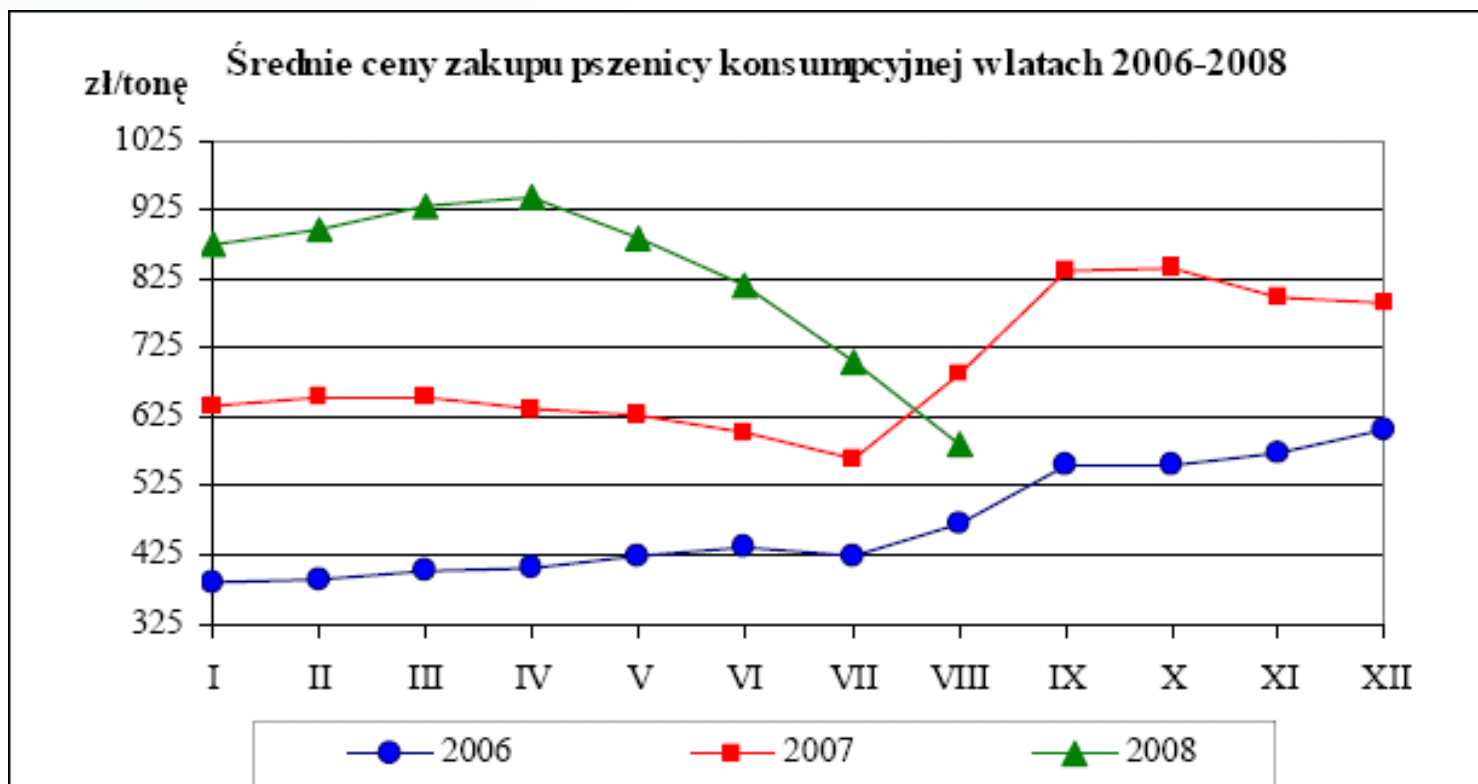


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Ceny pszenicy





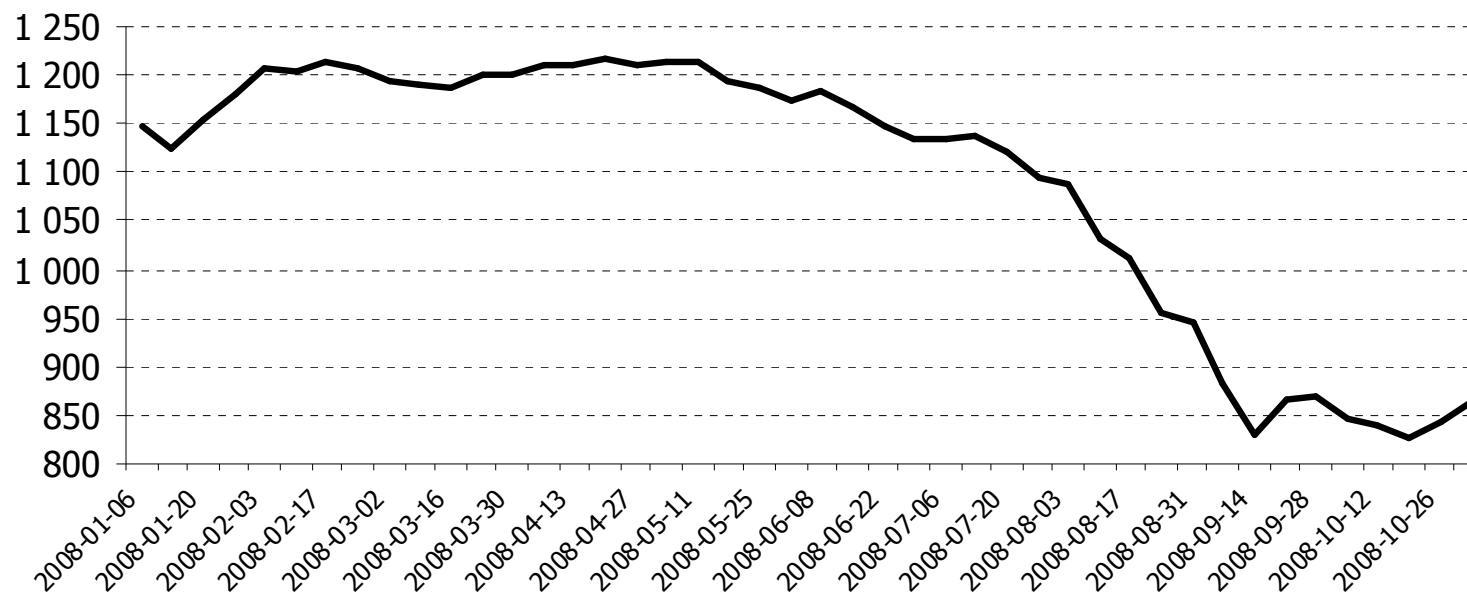
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Ceny mąki

cena mąki za 1 tonę



* na podstawie danych MRIRW



makarony.pl

Wyniki finansowe po III kwartale 2008

Podstawowe działania i efekty:

- ✦ zakończył się proces restrukturyzacji Grupy, który umożliwił osiągnięcie rentowności w III kwartale i stwarza warunki do dalszej poprawy wyników w kolejnych okresach,
- ✦ zawarcie kontraktów regulujących ceny sprzedaży produktów (Jeronimo Martins Dystrybucja S.A., Grupa Kaufland) oraz kontraktów regulujących ceny zakupu surowca (Polskie Młyny S.A. oraz Aurora Polska Sp. z o.o.), co pozwoli na poprawę i utrzymanie stabilności marż na sprzedaży poszczególnych produktów,
- ✦ systematyczne wprowadzanie produktów do sieci hiper i supermarketów oraz niezależnych punktów sprzedaży detalicznej powoduje zwiększenie sprzedaży produktów pod markami Spółki,
- ✦ zgodna z planem realizacja inwestycji w Rzeszowie umożliwi zwiększenie produkcji i sprzedaży makaronu od II kwartału 2009 roku. Obecnie Spółka ponosi wyższe koszty związane z realizacją inwestycji. Refundacja 60% wydatków poniesionych na realizację projektu realizowanego w ramach umowy dotacji pozwoli na zatrzymanie wzrostu kosztów finansowych związanych ze wzrostem stóp procentowych.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Spółka w obliczu kryzysu finansowego

- ✿ nie przewidujemy spadku sprzedaży, zakładamy wzrost sprzedaży głównie makaronu ze względu na mało elastyczny popyt,
- ✿ wzrost kosztów finansowych – zobowiązania oprocentowane zostaną zmniejszone po zakończeniu inwestycji w Rzeszowie, nie przewidujemy istotnych nakładów inwestycyjnych, przewidujemy natomiast dalsze zmniejszanie zobowiązań oprocentowanych z nadwyżek wypracowanych po zakończeniu inwestycji w II kw. 2009 roku,
 - ✿ dyscyplina kosztowa – utrzymanie kosztów administracji na stałym poziomie przy zwiększeniu skali produkcji spowoduje dalsze obniżenie całkowitych jednostkowych kosztów wytworzenia produktów,
 - ✿ zaostrzenie polityki finansowej, w tym wprowadzenie bardziej restrykcyjnych zasad udzielania kredytu kupieckiego w celu ograniczenia ryzyka niewypłacalności kontrahentów spółek Grupy,
- ✿ osłabienie kursu PLN przywraca perspektywy wzrostu eksportu, zahamowanego w III kw. br.,
- ✿ spadek kursu na GPW – biorąc pod uwagę poprawę wyników finansowych mamy nadzieję, że jest to stan przejściowy.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Cele na rok 2008 i ich realizacja

Sprzedaż:

- ✂ utrzymanie 15% (ilościowo) udziału w rynku makaronu, przy czym makarony pod markami firmy powinny osiągnąć 5% udziału w rynku. Zapewni to Grupie zdobycie ugruntowanej pozycji w pierwszej trójce największych producentów makaronu w Polsce,
- ✂ 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 40% udziału w przychodach ze sprzedaży produktów markowych, przy zachowaniu obecnego poziomu sprzedaży produktów pod markami obcymi,
- ✂ wprowadzenie produktów Stoczka do sieci w ramach private label.

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),
- ✂ zakończenie procesu restrukturyzacji Grupy, w tym integracji podmiotów zależnych,
- ✂ ograniczenie kosztów produkcji i administracji Stoczka,
- ✂ zwiększenie wydajności pakowania makaronu Abak – z 300 do 600 ton miesięcznie
- ✂ osiągnięcie mocy produkcyjnych w Płocku na poziomie co najmniej 1.400 ton makaronu / miesięcznie.

Cele ekonomiczne:

- ✂ uzyskanie od III kwartału 2008 roku dodatniego wyniku finansowego,
- ✂ stworzenie warunków do systematycznego osiągania rentowności EBITDA na poziomie co najmniej 7-8%.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Grupa Makrony Polskie

Dziękujemy za uwagę