



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



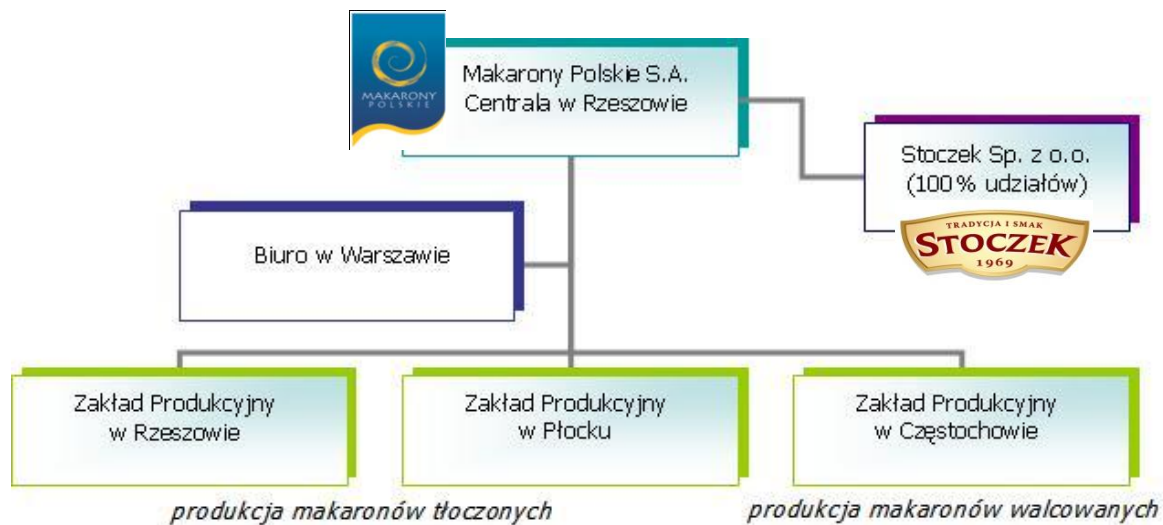
Grupa Makarony Polskie

Wyniki finansowe za I półrocze 2010 roku

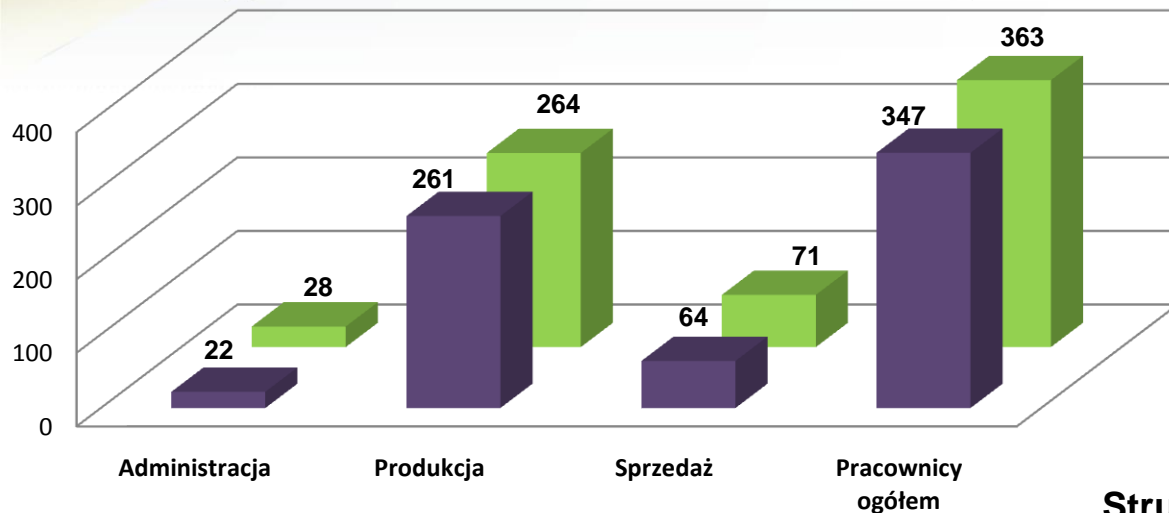
Warszawa, 31 sierpnia 2010 roku

✦ Grupę Makarony Polskie tworzą:

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

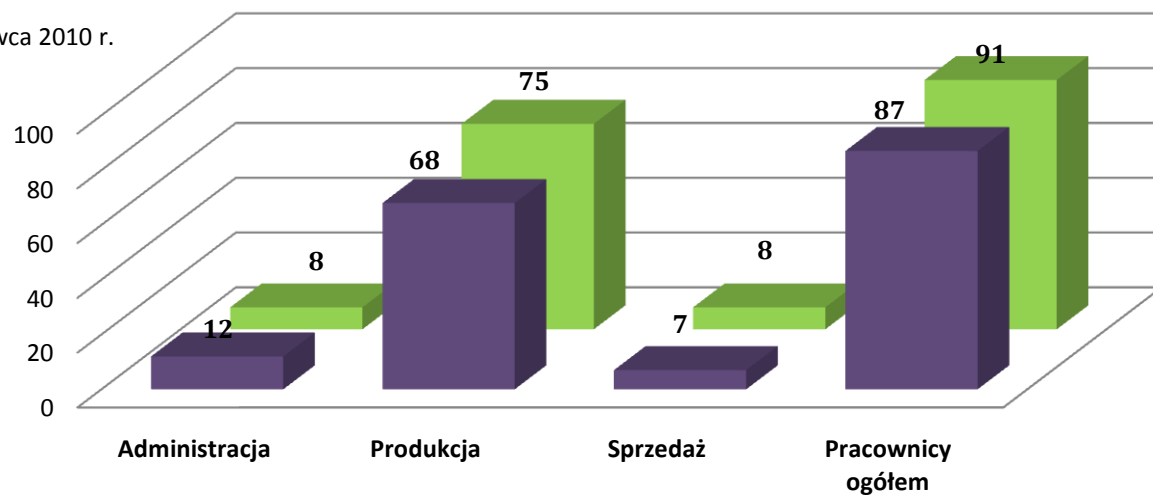


Struktura zatrudnienia w Makarony Polskie S.A.



■ Stan na dzień 31 marca 2010 r. ■ Stan na dzie 30 czerwca 2010 r.

Struktura zatrudnienia w Stoczek Sp. z o.o.



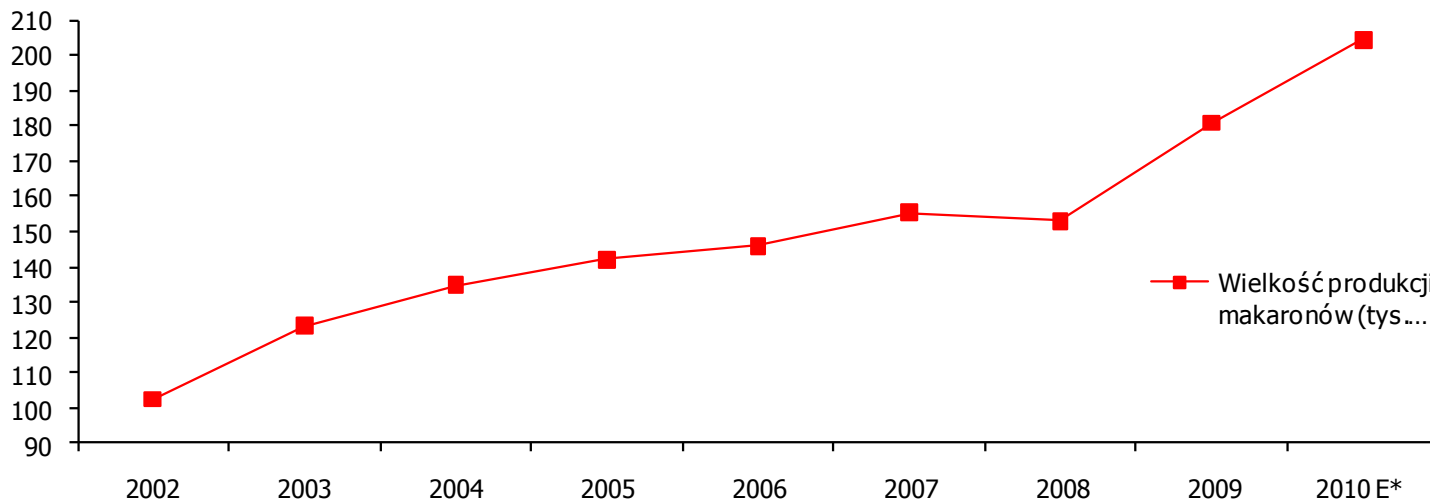
Podmiot	Moce produkcyjne miesięczne (t)		Suma 2009 rok	Po inwestycjach 2010 roku
	Walcowane	Tłoczone		
Makarony Polskie	600,00	3 700,00	4 300,00	4 900,00
Lubella		3 800,00	3 800,00	
Malma		3 000,00	3 000,00	
Rolpot		1 500,00	1 500,00	
Sas	500,00	1 000,00	1 500,00	
Ekomak	400,00	1 000,00	1 400,00	
As Babuni	300,00	600,00	900,00	
Animak	250,00	600,00	850,00	
Okruszek		800,00	800,00	
Artlex		800,00	800,00	
Czaniec	500,00		500,00	
Goliard	500,00		500,00	
Inni	1 370,00	2 250,00	3 620,00	
Razem	4 420,00	19 050,00	23 470,00	

Wielkość rynku makaronowego w Polsce to 181 tys. ton o wartości 645 mln zł /wg danych GUS, 2009/

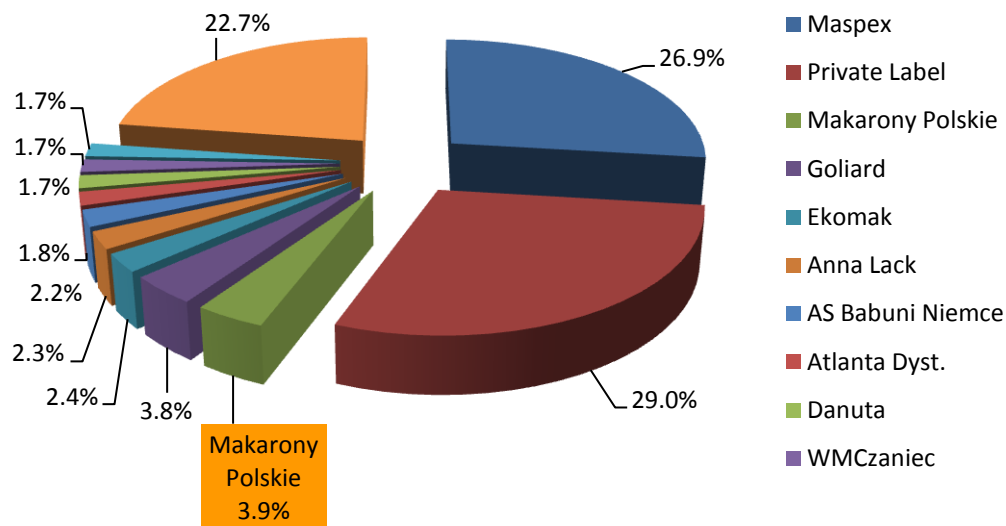
- Na podstawie danych o produkcji przedsiębiorstwa o zatrudnieniu powyżej 50 osób w okresie I-VI 2010 roku wielkość produkcji makaronu w Polsce wyniosła **73,3 tys. ton** co stanowi wzrost o **10,3%** do analogicznego okresu 2009 roku (wg danych GUS, 2009)

Spożycie makaronu w Polsce:

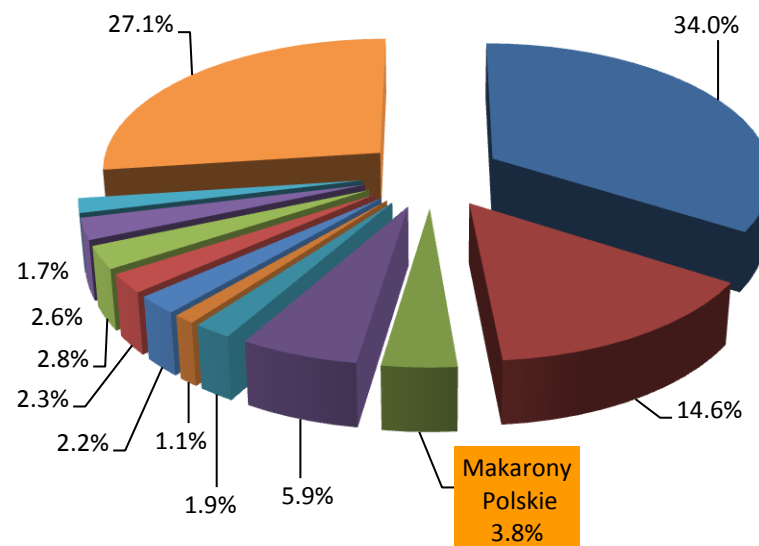
- średnio ok. 4,7 kg makaronu rocznie /wg danych GUS, 2009/
- duży potencjał wzrostu – spożycie makaronu w innych krajach Europy
- ciągły wzrost konsumpcji na skutek zmieniających się preferencji żywieniowych Polaków



* prognoza Spółki



Źródło: MEMRB (udziały ilościowo I-VI 2010)



Źródło: MEMRB (udziały wartościowo I-VI 2010)

- Wartość sprzedaży makaronów pod markami Makaronów Polskich oraz w segmencie Private Label wyniosła w I półroczu 2010 roku 48,4 mln zł i była wyższa o 6,2 mln zł tj. o 15 % w porównaniu do analogicznego okresu 2009 roku.
- Wg danych MEMRB udział w rynku produktów pod markami Spółki stanowił 3,9% ilościowo i 3,8% wartościowo zapewniając drugą pozycję na rynku – ilościowo a trzecią wartościowo.
- Udział Makaronów Polskich w segmencie Private Label stanowi 59%



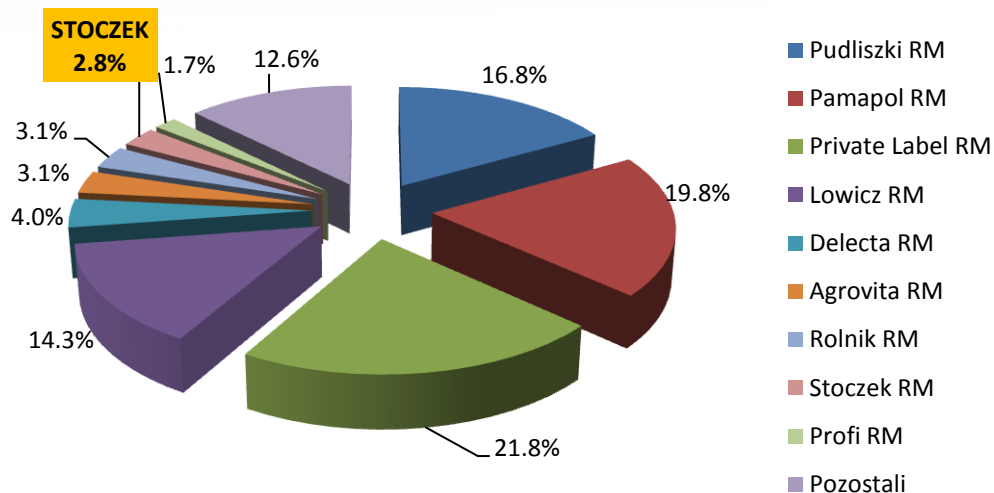
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

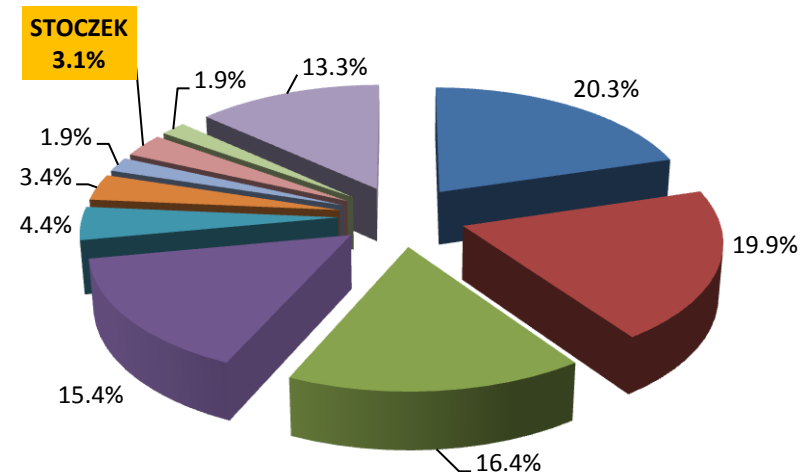
Rynek dań gotowych - tendencje

- ✦ **Wartość rynku dań gotowych w Polsce w okresie I-VI 2010 r. wynosiła 161 332 tys. zł w stosunku do 148 204 tys. zł do analogicznego okresu 2009 r.) – wzrost o 8,8% /wg danych MEMRB/**
 - ✦ Ilościowo rynek dań gotowych w okresie I-VI 2010 wynosił **16 285 tys. ton** w stosunku do **14 475 tys. ton** do analogicznego okresu 2009 r. – **wzrost 12,5%** / wg danych MEMRB/
 - ✦ Przewidywany jest dalszy dynamiczny wzrost rynku dań gotowych w związku z ze zmianą preferencji konsumentów.
- ✦ **Wartość rynku dżemów w Polsce to 335 mln zł**

Rynek dań gotowych

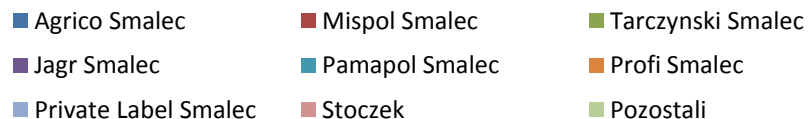
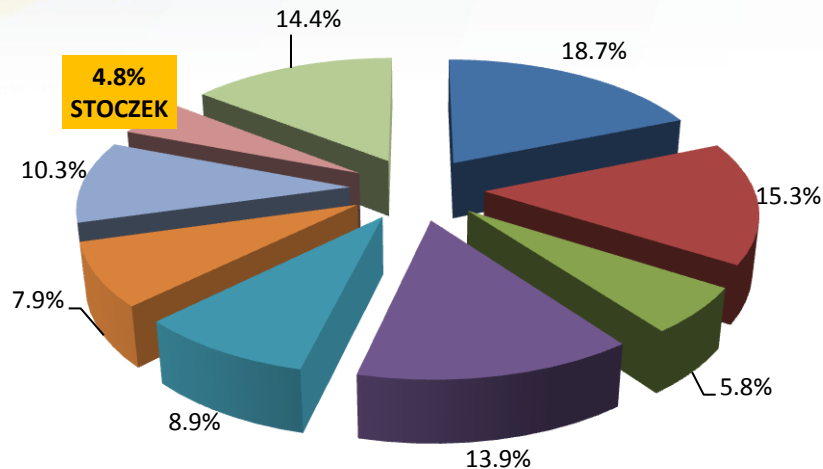


Źródło: MEMRB (udziały ilościowo, I-VI 2010)

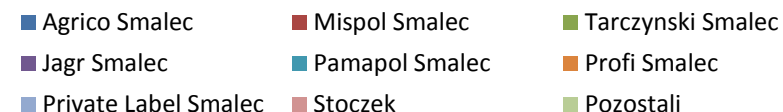
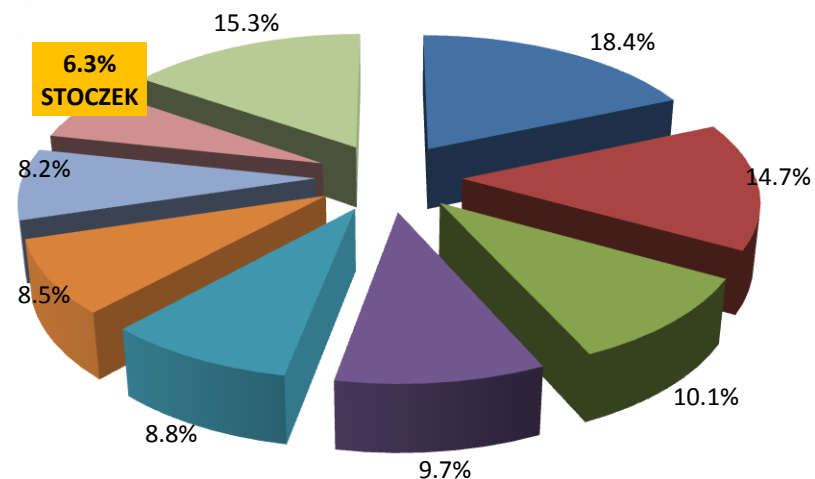


Źródło: MEMRB (udziały wartościowo, I-VI 2010)

- Wartość sprzedaży dań gotowych pod marką Stoczek oraz z segmentu Private Label w I półroczu 2010 r. wyniosła 11,2 mln zł i była wyższa o 1,8 mln zł tj. o 19% w porównaniu do analogicznego okresu 2009 roku.
- Wartość sprzedaży dań gotowych pod marką Stoczek w I półroczu 2010 r. wyniosła 3.7 mln zł w porównaniu do 4 mln zł do analogicznego okresu 2009 roku – spadek o 8.1 %



Źródło: MEMRB (udziały ilościowo, I-VI 2010)



Źródło: MEMRB (udziały wartościowo, I-VI 2010)

Wartość rynku smalcy w Polsce w okresie I-VI 2010 r. wynosiła **4 560 tys. zł** /wg danych MEMRB/

Ilościowo rynek smalcy w okresie I-VI 2010 wynosił **328 994 tys. ton** /wg danych MEMRB/



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Rynek dżemów

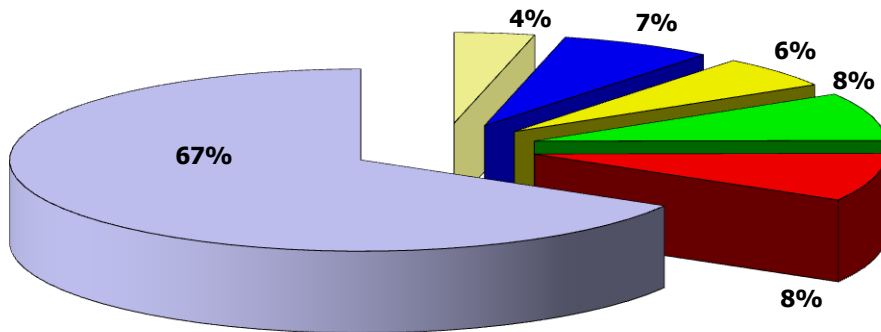
Styczeń-czerwiec 2010

Główni gracze	Udziały ilościowo	Udziały wartościowo	Sprzedaż ilościowo	Sprzedaż wartościowo
Agros	34.4%	43.6%	6 542 749	87 496 000
Private Label	31.5%	22.4%	5 994 582	45 047 530
Stovit Bydgoszcz	8.8%	8.8%	1 678 417	17 698 350
ZPOW Kotlin	7.5%	7.5%	1 420 175	15 051 730
Albertow	2.0%	1.8%	387 696	3 688 018
Lubawa	1.6%	1.3%	298 929	2 655 765
Tenczynek	0.7%	0.7%	125 930	1 453 920
Stoczek	0.5%	0.4%	93 783	893 013

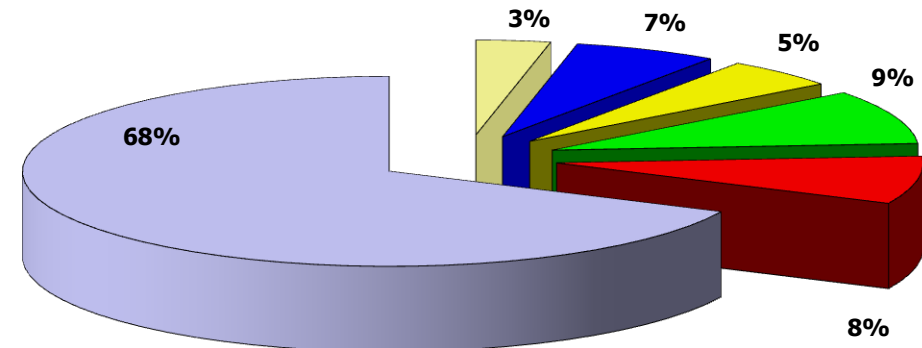
- ✦ **Wartość rynku dżemów w Polsce w okresie I-VI 2010 r. wynosiła 200 805 tys. zł** /wg danych MEMRB/
- ✦ Ilościowo rynek dżemów w okresie I-VI 2010 wynosił **19 006 tys. ton** /wg danych MEMRB/

Struktura sprzedaży

I P 2009



I P 2010



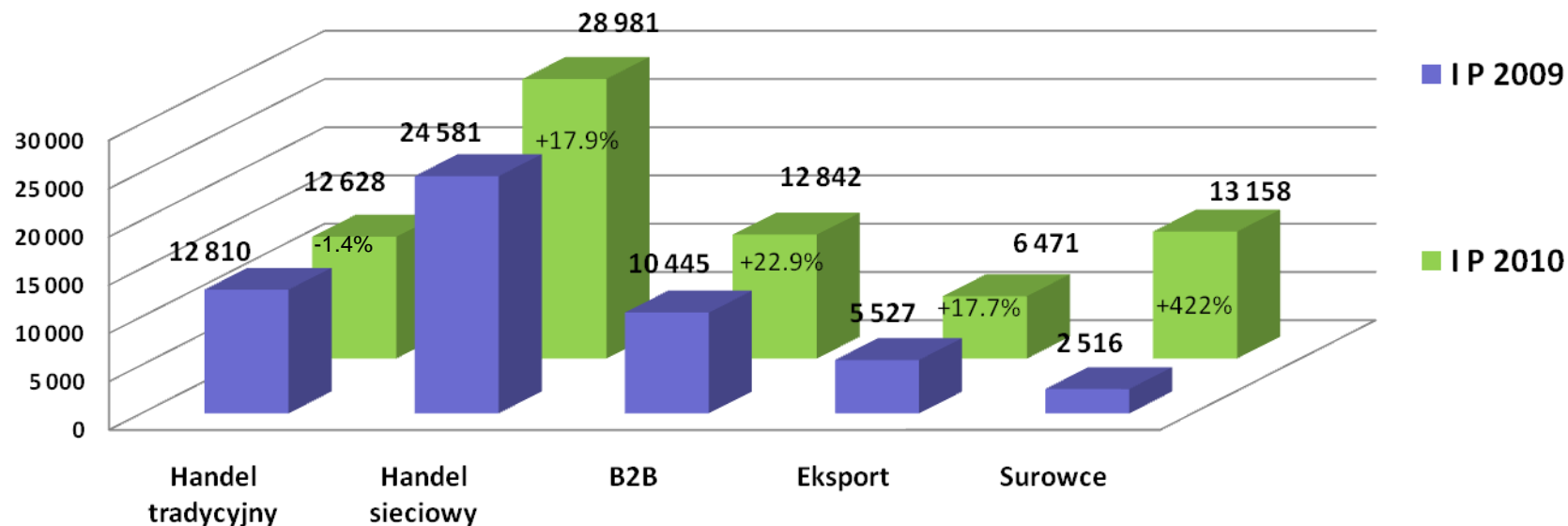
■ Solare
 ■ Sorenti
 ■ Staropolski + Podkarpacki
 ■ Stoczek
 ■ Abak
 ■ pozostałe

■ Solare
 ■ Sorenti
 ■ Staropolski + Podkarpacki
 ■ Stoczek
 ■ Abak
 ■ pozostałe

* Wykres nie obejmuje przychodów z tytułu sprzedaży surowców

- ✦ Sprzedaż produktów pod markami Spółki w I półroczu 2010 wyniosły 19,5 mln zł co stanowiło 32% udziału w sprzedaży produktów.
- ✦ Wartość sprzedaży makaronów markowych w I półroczu 2010 roku wyniosły 13,9 mln zł i były wyższe o 0,6 mln zł w porównaniu z tym samym okresem roku poprzedniego, co stanowi wzrost sprzedaży o 5%
- ✦ Wartość sprzedaży produktów markowych w zakresie dań gotowych, przetworów warzywno-mięsnych i owocowych w I półroczu 2010 roku wyniosła około 5,6 mln zł i była wyższa o 1,0 mln zł, tj. o 24% w porównaniu do I półrocza 2009 roku.

Struktura przychodów ze sprzedaży Grupy Makarony Polskie



Przychody ze sprzedaży w I półroczu 2010r. wyniosły 74,0 mln zł i były wyższe o 32,4% od analogicznego okresu roku ubiegłego oraz o 4,7% wyższe od zakładanych w planie



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Sprzedaż

Sprzedaż Grupy Makarony Polskie w okresie I półrocza 2010 roku

Sprzedaż w tys. PLN	I półrocze 2009	I półrocze 2010	zmiana w %
Makarony	41 965	48 204	14,9%
Dania gotowe, dżemy, konserwy, inne produkty i towary	9 458	11 226	18,7%
Sprzedaż surowców	2 516	13 158	423,0%
Pozostałe	1 940	1 492	-23,0%
RAZEM	55 879	74 080	32,4%

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Grupa Makarony Polskie	II Q 2009	II Q 2010	zmiana II Q 10/ II Q 09
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	30 927	32 921	6%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	25 159	24 086	-4%
Zysk brutto ze sprzedaży	5 768	8 835	53%
Koszty sprzedaży	3 614	5 273	46%
Koszty zarządu	1 839	2 002	9%
Amortyzacja	1 458	1 357	-7%
EBIT	1 140	1 915	68%
EBITDA	2 598	3 272	26%
zysk brutto	776	1 691	118%
zysk netto	630	1 648	162%
Rentowność EBIT	3.69%	5.82%	
Rentowność EBITDA	8.40%	9.94%	
Rentowność brutto sprzedaży	2.51%	5.14%	
Rentowność netto sprzedaży	2.04%	5.01%	

Grupa Makarony Polskie	I P 09	I P 10	zmiana %
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	55 879	74 080	33%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	44 129	60 501	37%
Zysk brutto ze sprzedaży	11 750	13 579	16%
Koszty sprzedaży	7 045	9 177	30%
Koszty zarządu	3 075	3 329	8%
Amortyzacja	2 647	2 705	2%
EBIT	2 569	3 672	43%
EBITDA	5 216	6 377	22%
zysk brutto	1 371	2 708	98%
zysk netto	1 150	2 589	125%
Rentowność EBIT	4.60%	4.96%	
Rentowność EBITDA	9.33%	8.61%	
Rentowność netto sprzedaży	2.06%	3.49%	

Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Makarony Polskie	I P 09	I P 10	zmiana %
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	44 550	63 445	42%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	34 758	51 954	49%
Zysk brutto ze sprzedaży	9 792	11 491	17%
Koszty sprzedaży	5 995	8 176	36%
Koszty zarządu	2 339	2 887	23%
Amortyzacja	1 861	1 915	3%
EBIT	2 352	3 162	34%
EBITDA	4 213	5 077	21%
zysk brutto	1 523	2 471	62%
zysk netto	1 302	2 352	81%
Rentowność EBIT	5.28%	4.98%	
Rentowność EBITDA	9.46%	8.00%	
Rentowność netto sprzedaży	2.92%	3.71%	

Stoczek - podstawowe dane finansowe



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Stoczek	I P 09	I P 10	zmiana %
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	13 344	12 835	-4%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	10 823	10 369	-4%
Zysk brutto ze sprzedaży	2 521	2 466	-2%
Koszty sprzedaży	1 630	1 355	-17%
Koszty zarządu	738	447	-39%
Amortyzacja	787	791	1%
EBIT	217	641	195%
EBITDA	1 004	1 432	43%
zysk brutto	-152	368	-342%
zysk netto	-152	368	-342%
Rentowność EBIT	1.63%	4.99%	
Rentowność EBITDA	7.52%	11.16%	
Rentowność netto sprzedaży	- 1.14%	2.87%	

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

		<i>31 grudnia 2009 roku</i>	<i>30 czerwca 2010 roku</i>	<i>Zmiana %</i>
A.	AKTYWA TRWAŁE	86 917	86 918	0.0%
1.	Rzeczowe aktywa trwałe	75 105	75 024	-0.1%
2.	Inne wartości niematerialne	10 953	4 993	-54.4%
3.	Wartość firmy		5 946	
4.	Długoterminowe aktywa finansowe	374	394	5.3%
5.	Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	105	330	214.3%
6.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	380	231	-39.2%
B.	AKTYWA OBROTOWE	29 884	43 046	44.0%
1.	Zapasy	8 636	11 189	29.6%
2.	Należności krótkoterminowe	19 176	26 727	39.4%
3.	Należności z tytułu podatku dochodowego	15	23	53.3%
4.	Udzielone pożyczki	-	-	
5.	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	938	3 100	230.5%
6.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 119	2 007	79.4%
C.	AKTYWA TRWAŁE PRZEZNACZONE DO ZBYCIA	1 162	-	-100.0%
	SUMA AKTYWÓW	117 963	129 964	10.2%

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

	<i>31 grudnia 2009 roku</i>	<i>30 czerwca 2010 roku</i>	<i>Zmiana %</i>
A. KAPITAŁ WŁASNY	61 242	63 831	4.2%
1. Kapitał podstawowy	27 750	27 750	0.0%
2. Pozostałe kapitały	31 537	33 769	7.1%
3. Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	- 243	- 277	
4. Zysk netto	2 198	2 589	17.8%
I. ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	30 012	26 802	-10.7%
1. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	705	972	37.9%
2. Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	19 570	15 793	-19.3%
3. Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	184	214	16.3%
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	9 213	8 353	-9.3%
5. Długoterminowe zobowiązania z tytułu umów leasingu finansowego	340	1 470	332.4%
II. ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	26 709	39 331	47.3%
1. Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	2 639	2 255	-14.6%
2. Krótkoterminowe zobowiązania finansowe (z tytułu leasingu i factoringu)	3 788	1 381	-63.5%
3. Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	18 434	32 809	78.0%
4. Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	-	77	
5. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 720	1 804	4.9%
6. Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	71	386	443.7%
7. Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	57	619	986.0%
B. ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	56 721	66 133	16.6%
SUMA PASYWÓW	117 963	129 964	10.2%



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Realizacja prognoz finansowych na rok 2010

	Plan 2010	Realizacja I półrocze 2010	% realizacji
Przychody ze sprzedaży	150 485	74 080	49,2%
EBITDA	13 244	6 377	48,1%
EBIT	7 358	3 672	49,9%
Zysk netto	4 522	2 589	57,2%

Wyniki finansowe są zgodne z planem – prognoza na 2010 rok jest podtrzymana

Czynniki wpływające na przyszłe wyniki

- ✦ **Wykorzystanie potencjału produkcyjnego** – zakończone w Grupie inwestycje umożliwiają organiczny wzrost przychodów o blisko 40% w stosunku do 2009 roku; realizacja przewidywana do 2011 roku.
- ✦ **Wzrost cen surowców** - Na wyniki finansowe w drugim półroczu 2010 wpływ będzie miał wzrost cen mąki, stanowiącej około 60% kosztów wytworzenia. W okresie od maja do sierpnia 2010 roku cena mąki makaronowej wzrosła o ponad 60% - najwyższy jednorazowy wzrost na przestrzeni kilku ostatnich lat.

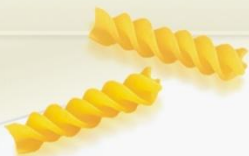
Wpływ wahań cen surowca na wyniki finansowe Spółki będzie miał charakter przejściowy i ograniczać się będzie jedynie do okresu kilku miesięcy tj. od wzrostu cen surowca do czasu podniesienia cen produktów, zgodnie z obowiązującymi zapisami umownymi z odbiorcami. Negatywny wpływ wzrostów cen mąki na wyniki finansowe złagodzony będzie poprzez stosowaną przez Spółkę politykę zapewnienia stabilnych cen zakupu surowca. W okresie do czerwca 2010 roku Makarony Polskie S.A. posiadały zabezpieczenie ceny zakupu surowca w odniesieniu do ponad 55% wolumenu zakupu mąki, natomiast do sierpnia 2010 roku - około 50%. Pokrywało to zapotrzebowanie na surowiec wykorzystywany przy realizacji kontraktów handlowych określających stałe ceny sprzedaży produktów w okresie do kolejnych zbiorów. Negatywny efekt wzrostu cen mąki będzie miał największy wpływ na wyniki III kwartału 2010 roku

- ✦ kontynuowana będzie **strategia rozwoju sprzedaży produktów markowych**
W II kwartale wprowadzono do oferty nowy asortyment dżemów i pasztetów oraz rozszerzono markę Abak oraz rozbudowany został zespół sprzedaży o 9 osób
- ✦ **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