



Makarony Polskie S.A.

Warszawa, 28 lutego 2008 roku

Plan prezentacji



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

- ✿ **I. Prezentacja Grupy Makarony Polskie.**
- ✿ **II. Wyniki za IV kwartał 2007 r.**
- ✿ **III. Plany na rok 2008.**



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Grupa Makarony Polskie

✦ Grupę Makarony Polskie tworzą:

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

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



- ✦ Makarony i sosy



- ✦ Makarony tradycyjne



- ✦ Dania gotowe, pasztety, dżemy



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Produkty

Sorenti produkowany w 100% z pszenicy durum o najwyższej jakości, która gwarantuje, że makaron się nie rozgotowuje i pozostaje al dente



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



Dżemy



Zupy w puszcze

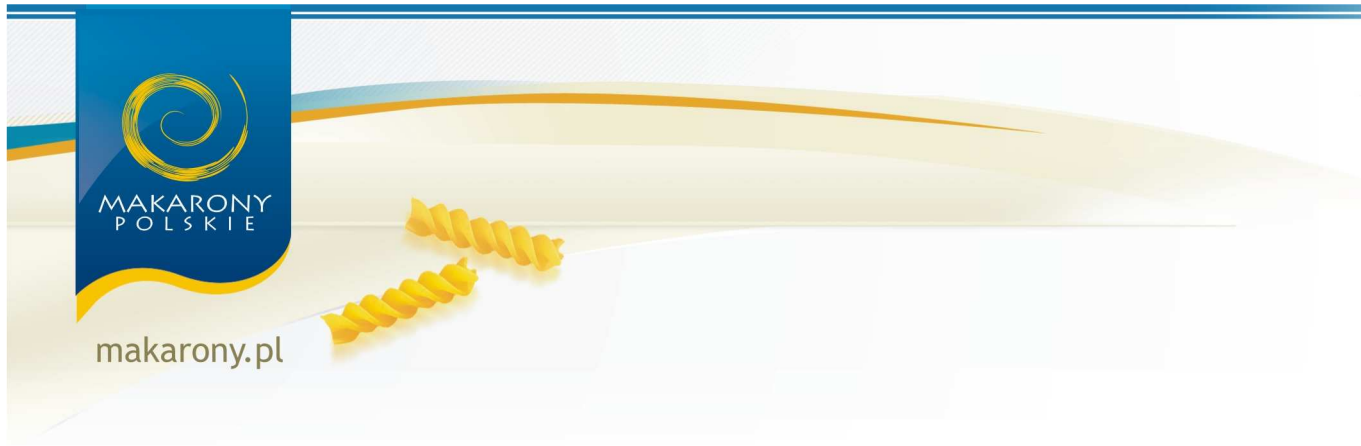


Dania gotowe

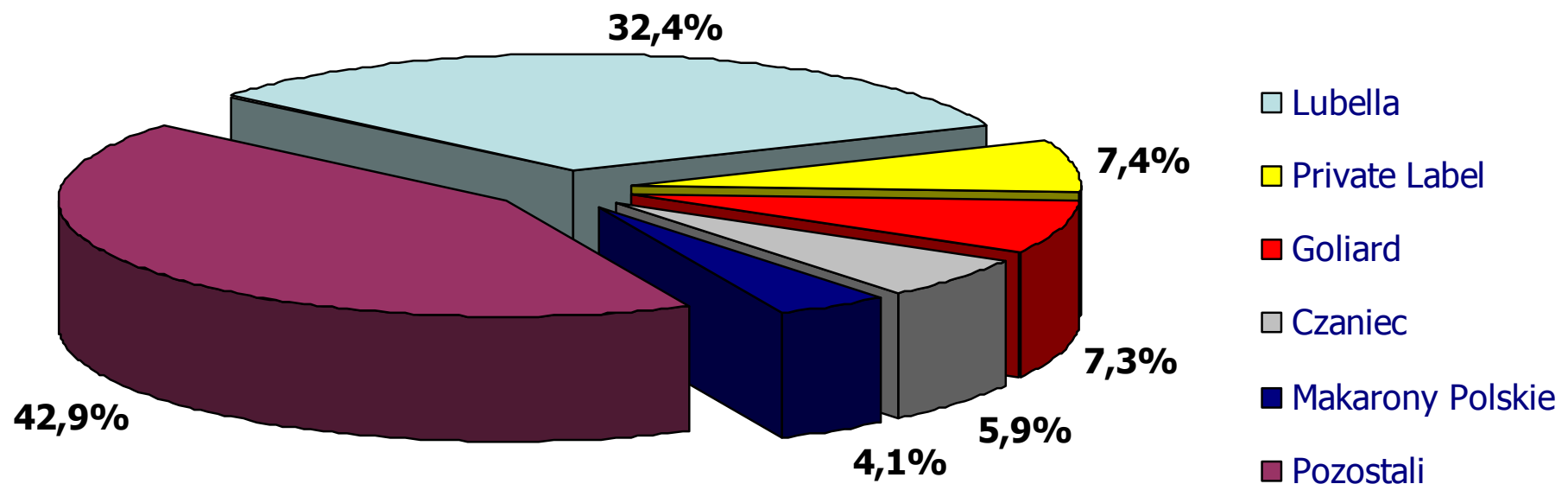
Produkty marki Stoczek powstają na bazie tradycyjnych receptur, z naturalnych składników, nie zawierają barwników, ani konserwantów.

Pasztesy





Rynek makaronu



Źródło: MEMRB (udziały wartościowo)

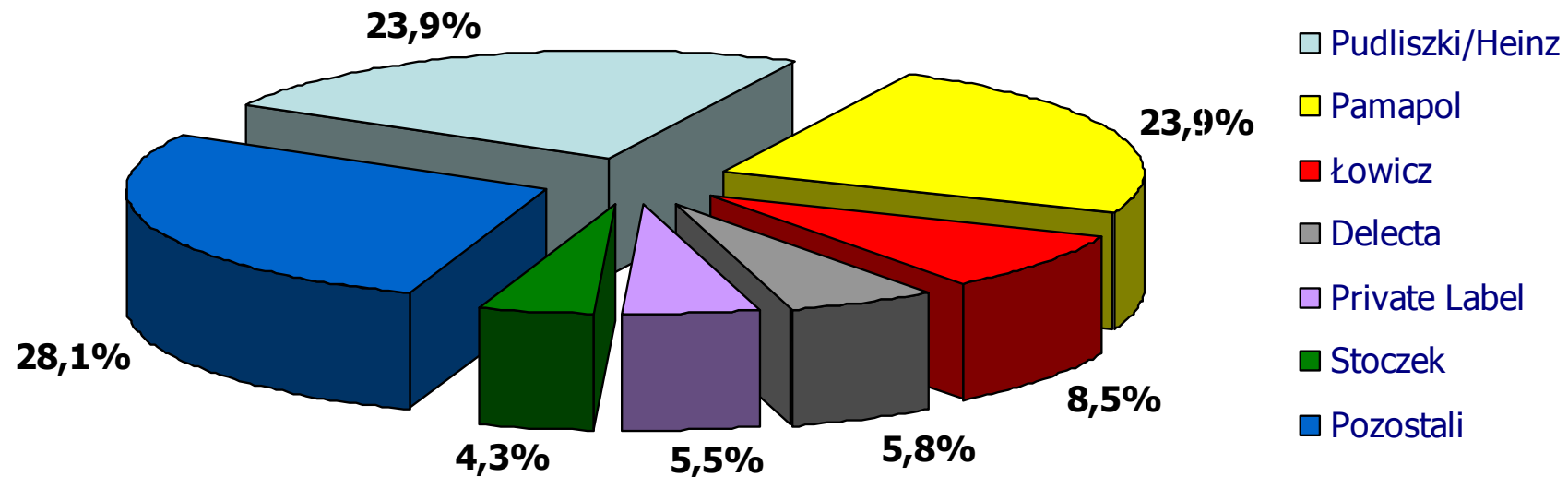
- ✿ Grupa Makarony Polskie osiągnęła w okresie XI-XII 2007 r. 4,1 % wartościowo oraz 4,3% ilościowo udziału w rynku makaronu (produkty markowe). W całym roku 2007 było to 3,6% wartościowo w stosunku do 1,0% w 2006 roku.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Rynek dań gotowych



- ✿ Rynek dań gotowych systematycznie rośnie. Jednocześnie obserwowany jest znaczny wzrost udziałów private labels, co w połączeniu z intensywnymi działaniami podmiotów konkurencyjnych skutkuje zmniejszeniem udziałów Stoczek Sp. z o.o. przy utrzymaniu przychodów ze sprzedaży na dotychczasowym poziomie.

Źródło: MEMRB (udziały wartościowo, XI-XII 2007)



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Rozwój sprzedaży

- ✦ W roku 2007 znacząco został rozbudowany zespół sprzedaży, na koniec 2006 roku Spółka zatrudniała w nim 15 osób, na koniec 2007 32 osoby.
- ✦ Nakłady na rozwój sprzedaży produktów markowych w 2007 roku wyniosły prawie 3 mln zł, w tym promocja makaronu Sorenti 1,5 mln zł i rozbudowa sieci dystrybucji 1,46 mln zł.

Efekty podjętych działań:

- ✦ Grupa Makarony Polskie posiada następujące udziały produktów markowych:
 - ✦ w rynku makaronów 4,1% wartościowo oraz 4,3% ilościowo wg danych MEMRB za XI-XII 2007,
 - ✦ w rynku dań gotowych 4,0% ilościowo (Stoczek Sp. z o.o.) oraz 4,3% wartościowo wg danych MEMRB za XI-XII 2007.
- ✦ Wskaźnik dystrybucji ważonej dla produktów markowych Grupy kształtuje się następująco:

Marka	2006	01/02 2007	05/06 2007	11/12 2007
Sorenti	2%	5%	15%	23%
Stoczek	30%	30%	28%	24%
Abak	22%	20%	23%	23%

Struktura sprzedaży

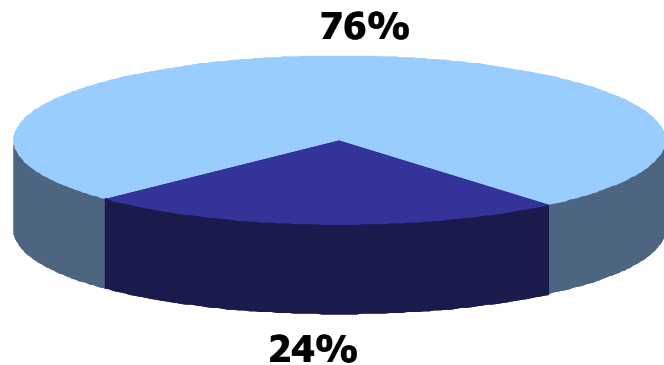


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

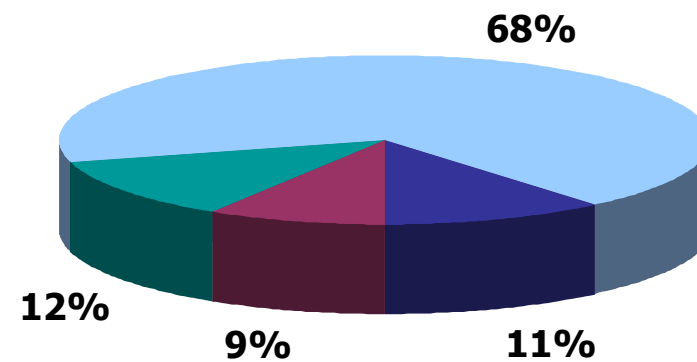


IV kwartał 2006



- Produkty markowe Makarony Polskie
- Obce marki

IV kwartał 2007



- Produkty markowe Makarony Polskie
- Produkty markowe Stoczek
- Produkty markowe Abak
- Marki obce

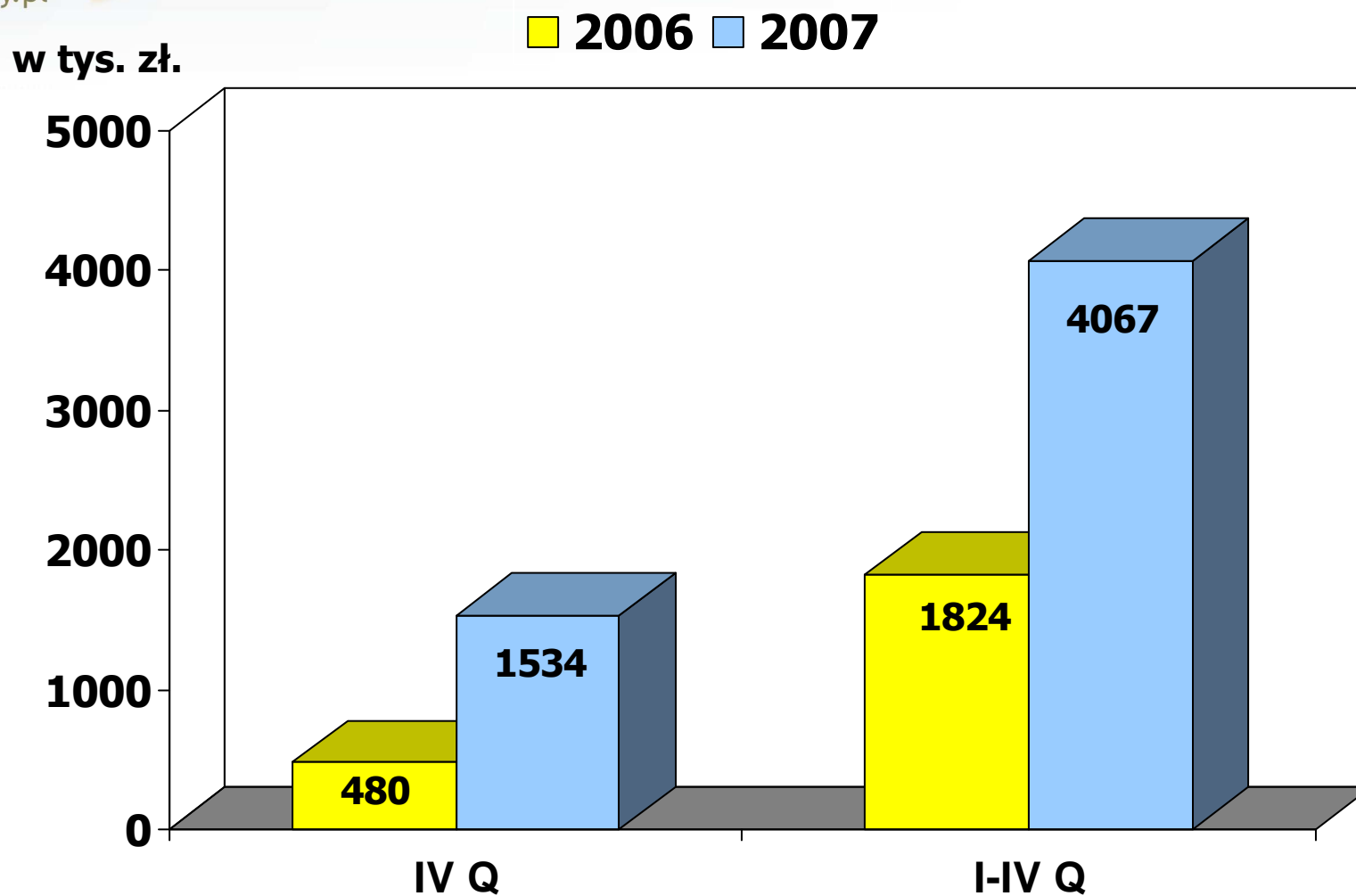
Przychody ze sprzedaży produktów markowych w całości przychodów Grupy w IV kwartale 2007 roku wyniosły 7,6 mln zł i stanowiły 32%, oczekiwane są dalsze zmiany w strukturze sprzedaży i osiągnięcie w tym zakresie poziomu 40%.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Sprzedaż eksportowa

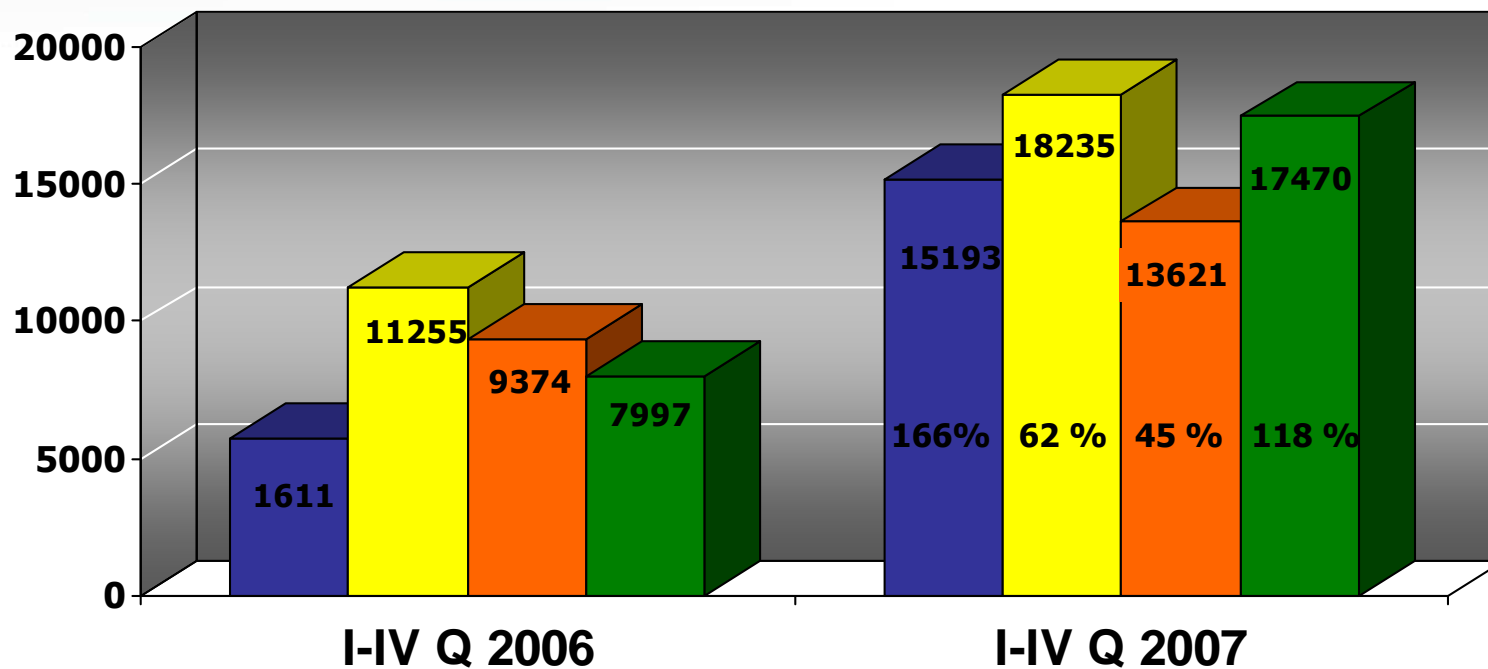




MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Sprzedaż krajowa



■ Handel tradycyjny
■ Kontrakty instytucjonalne

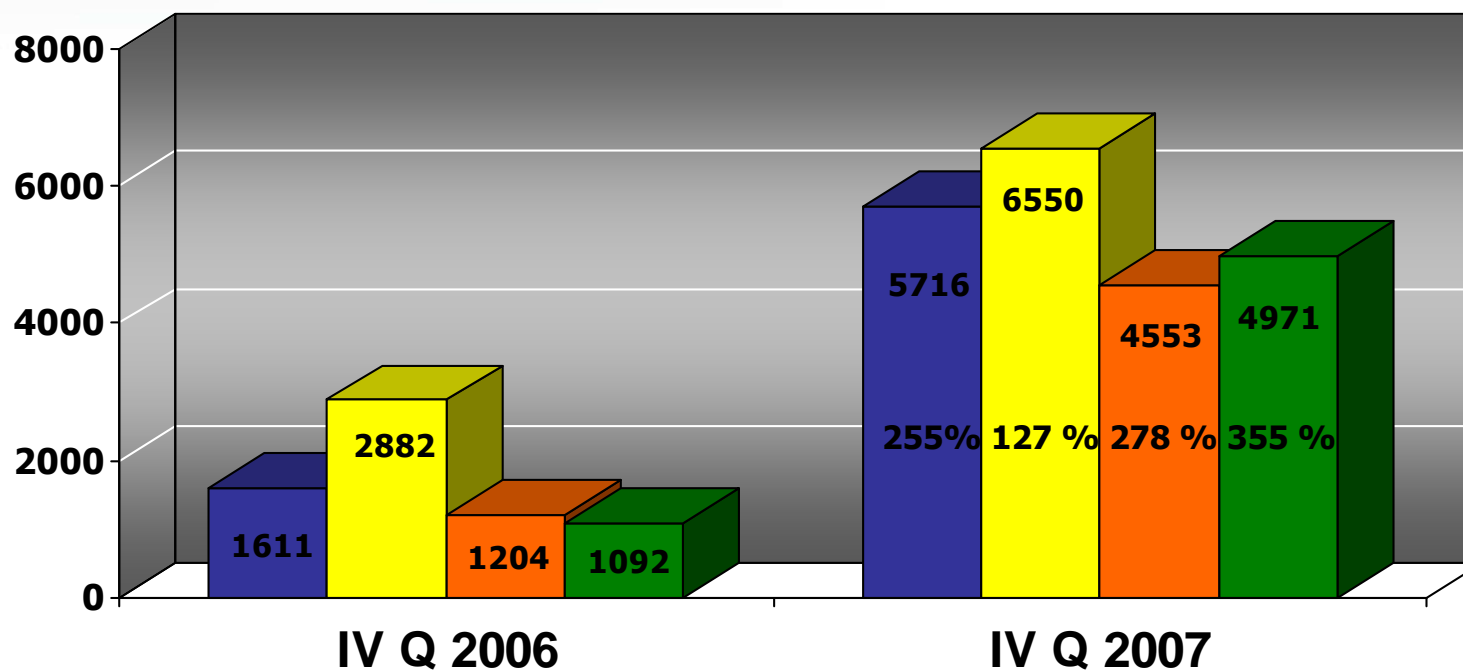
■ Handel sieciowy
■ Produkcja usługowa



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Sprzedaż krajowa



■ **Handel tradycyjny**
■ **Kontrakty instytucjonalne**

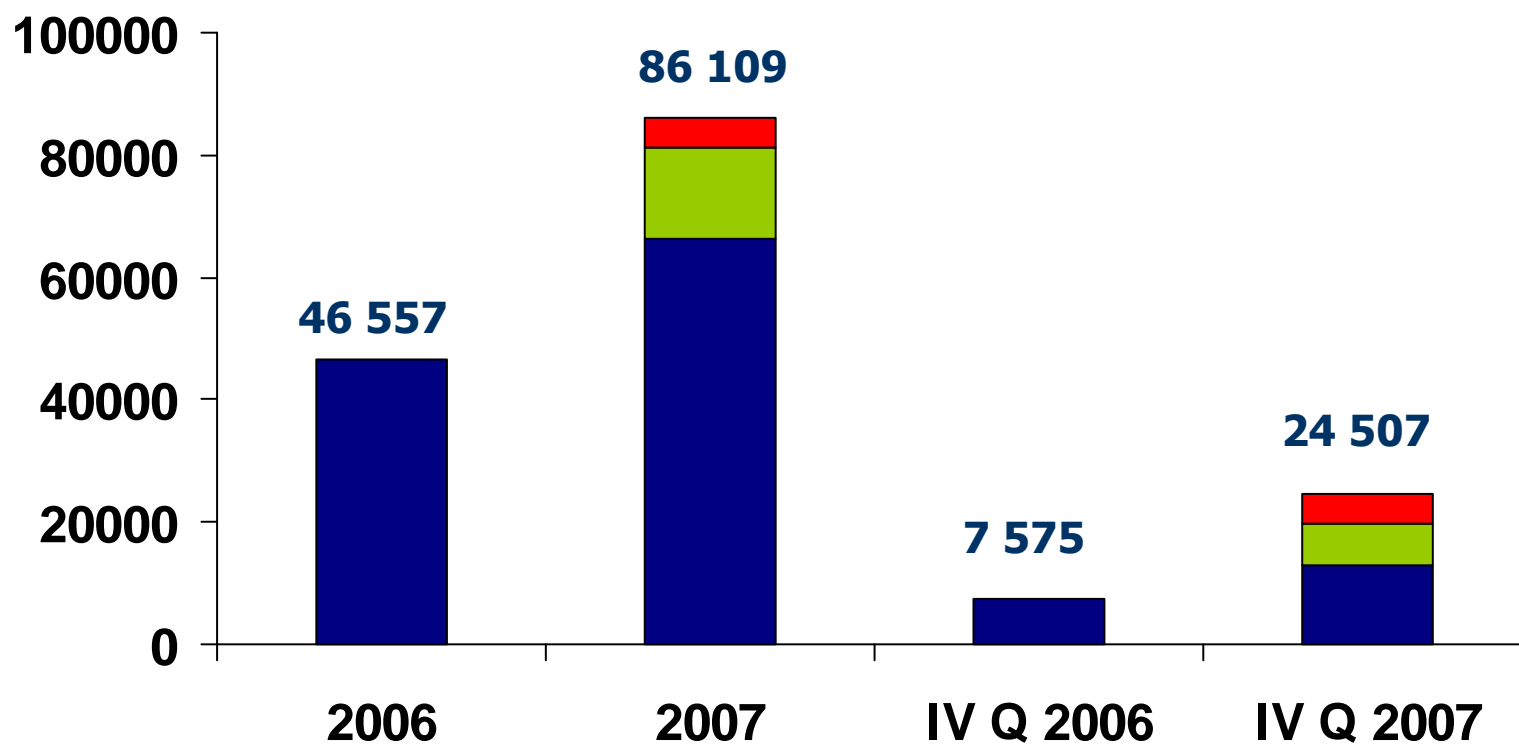
■ **Handel sieciowy**
■ **Produkcja usługowa**



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Przychody ze sprzedaży



■ Makarony Polskie S.A. ■ Stoczek Sp. z o.o. ■ Abak Sp. z o.o.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Przychody ze sprzedaży

- ✂ Handel tradycyjny – wzrost przychodów ze sprzedaży w IV kwartale 2007 r. w stosunku do IV kwartału 2006 r. wyniósł 255%, istotne znaczenie miało tu przejęcie w 2007 roku spółek Stoczek Sp. z o.o. i Abak Sp. z o.o. oraz konsolidacja przychodów ze sprzedaży tych spółek odpowiednio od czerwca i października 2007 r.,
- ✂ Handel sieciowy – wzrost przychodów ze sprzedaży w IV kwartale 2007 r. w stosunku do IV kwartału 2006 r. wyniósł 127%,
- ✂ Wzrost wartości przychodów ze sprzedaży Grupy Makarony Polskie po czterech kwartałach 2007 r. w porównaniu z tym samym okresem roku 2006 wyniósł 80%, w tym Spółki Makarony Polskie 40%.
- ✂ W strukturze sprzedaży dominuje sprzedaż krajowa, aczkolwiek udział przychodów ze sprzedaży eksportowej wykazuje silną tendencję wzrostową – wartość sprzedaży eksportowej w IV kwartale 2007 r. wzrosła w stosunku do IV kwartału 2006 r. o 219%.
- ✂ Wartość przychodów ze sprzedaży eksportowej w całości przychodów ze sprzedaży wzrosła z 6,3% w IV kwartale 2006 r. do 7,4% w IV kwartale 2007 r.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Wyniki finansowe po IV kwartale 2007

Wyniki skonsolidowane Grupy Makarony Polskie

	Plan 2007	Wykonanie	Odchylenie
przychody ze sprzedaży	84 746	83 772	-1,1%
zysk (strata) brutto na sprzedaży	15 507	14 799	-4,6%
zysk (strata) na sprzedaży	1 706	-587	
zysk (strata) z działalności operacyjnej	1 683	2 679	59,2%
zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja	4 452	5 336	19,9%
zysk brutto	2 304	3 364	46,0%
zysk netto	1 774	2 916	64,4%



makarony.pl

Wyniki finansowe po IV kwartale 2007

Na wyniki finansowe Grupy Makarony Polskie w IV kwartale 2007 r. znaczący wpływ miały:

- ✂ wysokie koszty rozwoju dystrybucji, sprzedaży oraz promocji produktów markowych,
- ✂ wyższe od zakładanych koszty przejęcia i restrukturyzacji Stoczek Sp. z o.o. i Abak Sp. z o.o., wyniki netto do konsolidacji spółek wyniosły odpowiednio Stoczek -328 tys. zł i Abak -568 tys. zł,
- ✂ późniejsze przejęcie i konsolidacja Stoczek Sp. z o.o. (1 czerwca wobec planowanej daty 1 stycznia 2007 r.) oraz późniejsze efekty restrukturyzacji spółki zależnej,
- ✂ rozliczenie ujemnej wartości firmy wynikającej z przejęcia Abak Sp. z o.o. – 3 301 tys. zł.
- ✂ wzrost cen surowców, zwłaszcza mąki – cena mąki zwyczajnej (produkcja polska) we wrześniu 2007 roku wzrosła do 1,20 zł/kg w stosunku do 0,88 zł/kg w sierpniu 2007 roku oraz poniżej 0,80 zł/kg w lipcu 2007 r., cena mąki z pszenicy durum (import) wzrosła z 1,25 zł/kg do 1,80 zł/kg w okresie od maja do października 2007 roku, wzrost kosztu mąki o 0,30 zł/kg bez przełożenia tego wzrostu na ceny surowca powoduje obniżenie wyniku finansowego o kwotę ponad 600 tys. zł miesięcznie (przy produkcji przekraczającej 2 tys. ton makaronu),
- ✂ duża konkurencja zarówno na rynku makaronu, jak i rynku dań gotowych.

Grupa Makarony Polskie działa w kierunku poprawy swojej konkurencyjności poprzez redukcję tych kosztów, na których wysokość ma wpływ, czyli kosztów pozasurowcowych.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Strategia rozwoju

Naszym celem jest:

- ✂ zbudowanie dużej firmy spożywczej działającej w najbardziej atrakcyjnych segmentach rynku artykułów spożywczych,
- ✂ osiągnięcie pozycji w pierwszej trójce największych producentów w poszczególnych segmentach rynku

poprzez:

- ✂ rozwój produktów markowych:
 - ✂ poprawa wizerunku i promocja 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,
- ✂ 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,
- ✂ osiągnięcie pozycji „lidera jakości” – oferujemy produkty najwyższej jakości w poszczególnych kategoriach na atrakcyjnych warunkach cenowych.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

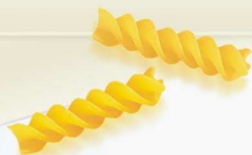
Inwestycje w 2008 roku

Lokalizacja inwestycji	Opis inwestycji	Cel inwestycji
Makarony Polskie S.A.	Zakup linii do produkcji spaghetti (7,6 mln zł) i gniazd (4,74 mln zł).	Zwiększenie wydajności produkcji spaghetti z 800 kg/h do 1900 kg/h oraz uruchomienie produkcji gniazd w ramach poszerzenia asortymentu.
	Automatyzacja procesu konfekcjonowania.	Automatyzacja, skrócenie i zwiększenie wydajności procesu pakowania wyrobu gotowego.
„ABAK” Częstochowa	Automatyzacja linii do produkcji i pakowania makaronu (1,5-2 mln zł).	Zwiększenie wydajności produkcji makaronu walcowanego o 60% przy utrzymaniu obecnego stanu zatrudnienia.
Stoczek Sp. z o.o.	Zakup nowych urządzeń produkcyjnych (1,6 mln zł).	Automatyzacja i zwiększenie wydajności poszczególnych linii.
	Zakup nowych urządzeń do etykietowania, pakowania, składowania i kompletowania wysyłek (0,75 mln zł).	Zwiększenie powierzchni magazynowej oraz możliwości etykietowania, pakowania, składowania i kompletowania wysyłek.
	Remonty budynków, budowli, urządzenia kotłowni i hydrofornii itp. (0,9 mln zł)	Inwestycje pomocnicze.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Cele na rok 2008

Udziały w rynku:

- osiągnięcie 20% (ilościowo) udziału w rynku makaronu wobec 13% w 2006 roku, przy czym makarony pod markami firmy powinny osiągnąć 8% udziału w rynku (w stosunku do 1% w 2006 roku). Zapewni to Grupie zdobycie ugruntowanej pozycji w pierwszej trójce największych producentów makaronu w Polsce,
- osiągnięcie 6% udziału w rynku dań gotowych.

Rozbudowa dystrybucji:

- osiągnięcie 30% dystrybucji numerycznej w zakresie podstawowych produktów (makarony SORENTI, ABAK oraz dania gotowe i dzemy STOCZEK).

Cele ekonomiczne:

- osiągnięcie 40% udziału w przychodach ze sprzedaży produktów markowych, przy zachowaniu obecnego poziomu sprzedaży produktów pod markami obcymi.
- osiągnięcie rentowności kapitałów własnych na poziomie co najmniej 8%.

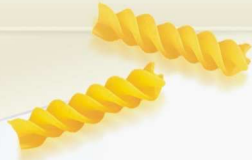
Działania restrukturyzacyjne:

- dalsze obniżanie jednostkowych kosztów wytworzenia poprzez koncentrację i automatyzację produkcji.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Działania operacyjne:

- ✿ integracja podmiotów zależnych – przyłączenie w pierwszym półroczu 2008 r. spółki Abak do Spółki Makarony Polskie oraz pozostawienie odrębnej spółki Stoczek, ukierunkowanej na rozwój w zakresie przetwórstwa owoców i warzyw oraz produkcji dań gotowych,
- ✿ pełne scentralizowanie funkcji sprzedaży, marketingu, finansów i księgowości na poziomie podmiotu dominującego, przekazanie kompetencji w zakresie produkcji i inwestycji do podmiotów zależnych i zakładów produkcyjnych,
- ✿ koncentracja, automatyzacja i unowocześnienie majątku oraz zwiększenie skali produkcji, również przy wykorzystaniu środków z programów dotacyjnych,
- ✿ zastąpienie kontraktów do Agencji Rynku Rolnego dotyczących makaronu sprzedażą w segmencie „private label” i zwiększeniem sprzedaży produktów markowych.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Grupa Makrony Polskie

Dziękujemy za uwagę