



makarony.pl

Warszawa, 28 lutego 2008 r.

Grupa Makarony Polskie publikuje wyniki za cztery kwartały 2007 r. i przedstawia plany na rok 2008.

Makarony Polskie S.A.
35-082 Rzeszów,
ul. Podkarpacka 15
tel.: (+48 17) 875 30 10
fax: (+48 17) 875 30 11
http://www.makarony.pl
e-mail: biuro@makarony.pl

Zarejestrowana:
Sąd Rejonowy w Rzeszowie
XII Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego

Numer KRS 0000212001
REGON 691674708
NIP 813-32-78-856

Kapitał zakładowy:
27 750 213 PLN
(wpłacony w całości)

Zarząd:
Paweł Nowakowski
Krzysztof Rubak
Grzegorz Słomkowski

Po czterech kwartałach 2007 roku Grupa Makarony Polskie osiągnęła przychody ze sprzedaży w wysokości 83 772 tys. zł, co stanowi wzrost o prawie 80% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku. Jednostkowy wynik netto w IV kwartale 2006 r. wyniósł -116 tys. zł, a skonsolidowany w IV kwartale 2007 r. 890 tys. zł.

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie	I-IV Q 2007 r.	I-IV Q 2006 r.*
przychody ze sprzedaży	83 772	46 557
zysk brutto ze sprzedaży	3 364	2 159
zysk netto	2 916	1 822

*wyniki jednostkowe Makarony Polskie S.A. (w 2006 r. Spółka nie posiadała podmiotów zależnych)

Jednostkowy wynik netto Spółki za cztery kwartały 2007 r. w ramach podstawowej działalności (produkcja makaronów) osiągnął wartość -1 481 tys. zł w stosunku do -116 tys. zł w tym samym okresie 2006 r. Jednostkowe przychody ze sprzedaży za cztery kwartały 2007 r. wyniosły 66 350 tys. zł w stosunku do 46 557 tys. zł w analogicznym okresie ubiegłego roku (wzrost o 43%).

Wyniki Grupy na poziomie operacyjnym są niższe niż przedstawione w prognozie Zarządu, natomiast na poziomie netto znacznie wyższe.

Największy wpływ na wyniki IV kwartału miały jednorazowe transakcje, które wpłynęły zarówno na wzrost, jak też na obniżenie wyniku. Dotyczyło to rozliczenia kosztów reklamy marki Sorenti oraz kosztów rozwoju sieci sprzedaży, co spowodowało obniżenie wyniku o ponad 1 mln zł.

Na podwyższenie skonsolidowanego wyniku finansowego wpłynęło rozliczenie ujemnej wartości firmy w związku z konsolidacją Spółki Abak w kwocie 3 301 tys. zł.

W dalszym ciągu negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy Makarony Polskie w IV kwartale 2007 r. miał wzrost cen surowców, zwłaszcza mąki. Cena mąki zwyczajnej (produkcja polska) w IV kwartale 2007 roku wynosiła 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 2,50 zł/kg w okresie od maja do grudnia 2007 roku.

„Mąka ma ponad 60% udziału w koszcie wytworzenia produktu gotowego. Dlatego też taka podwyżka cen musiała istotnie wpłynąć na uzyskiwane przez nas marże. Poprzez zwiększenie skali oraz koncentrację i automatyzację produkcji systematycznie obniżamy natomiast pozasurowcowe koszty wytworzenia, co powoduje, że Spółka Makarony Polskie uzyskuje przewagę nad innymi producentami w Polsce oraz Europie Środkowo-Wschodniej.” – wyjaśnia Paweł Nowakowski, Prezes Zarządu Makarony Polskie S.A.

Nie bez znaczenia dla wyniku finansowego pozostawały również takie czynniki, jak: wyższe od zakładanych koszty przejęcia Stoczek Sp. z o.o. i Abak Sp. z o.o. oraz późniejsze efekty restrukturyzacji spółek zależnych.

spółka
notowana na



PRZEDSIĘBIORSTWO
FAIR PLAY
2007



„Zakończony proces restrukturyzacji Spółki Stoczek powinien zapewnić osiągnięcie w 2008 r. zakładanego podwojenia przychodów ze sprzedaży i osiągnięcie dodatnich wyników finansowych.” - mówi Paweł Nowakowski.

Spółka Makarony Polskie S.A. konsekwentnie realizuje strategię polegającą na zbudowaniu dużej firmy spożywczej działającej w najbardziej atrakcyjnych segmentach rynku artykułów spożywczych, dążąc do osiągnięcia pozycji w pierwszej trójce największych producentów w każdym z tych segmentów.

Spółka koncentruje się na dalszym rozwoju i umacnianiu swojej pozycji rynkowej. Dla zapewnienia wysokiej dynamiki wzrostu rozwój organiczny został wsparty akwizycjami innych firm spożywczych. W IV kwartale 2007 r. udziały Grupy Makarony Polskie osiągnęły (wg danych MEMRB za listopad-grudzień 2007 r.) w rynku makaronów 4,1% wartościowo i 4,3% ilościowo oraz w rynku dań gotowych 4,0% ilościowo i 4,3% wartościowo (dane dotyczą produktów markowych). Przychody ze sprzedaży produktów markowych w całości przychodów Grupy w IV kwartale 2007 r. wyniosły 7,6 mln zł i stanowiły 32% w stosunku do 24% w IV kwartale 2006 r.

„Wzrost sprzedaży produktów markowych uznajemy za priorytet w strategii działania wszystkich spółek Grupy Makarony Polskie. Oczekujemy, że już do końca 2008 r. udział sprzedaży produktów markowych wyniesie 40%” – mówi Prezes Nowakowski.

Pośród innych celów zaplanowanych przez Grupę na rok 2008 znajdują się: zwiększenie udziałów w rynku, rozbudowa dystrybucji oraz zwiększenie rentowności (do poziomu przynajmniej 8% kapitałów własnych). Makarony Polskie zamierzają osiągnąć 20% udziału w rynku makaronu (ilościowo) wobec 13% w 2006 r., przy czym makarony pod markami firmy powinny osiągnąć 8% udziału w rynku (w stosunku do 1% w 2006 r.). Natomiast w przypadku dań gotowych planowane jest osiągnięcie 6% udziału w rynku.

W dalszym ciągu kontynuowany będzie też intensywny rozwój organiczny, realizowany m.in. poprzez: integrację podmiotów zależnych; 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 i automatyzacja oraz zwiększenie skali produkcji, również przy wykorzystaniu środków z programów dotacyjnych.

Makarony Polskie S.A. To jeden z największych i dynamicznie rozwijających się producentów makaronu w Polsce z bogatymi tradycjami i długoletnim doświadczeniem. Korzenie Spółki sięgają 1991, gdy w ramach przedsiębiorstwa państwowego PZZ Rzeszów rozpoczęto produkcję makaronu. Pod nazwą Makarony Polskie Spółka funkcjonuje od 2002 r. Od 2005 r. Makarony Polskie S.A. oferuje szeroką gamę makaronów jajecznych i bezjajecznych produkowanych w wielu różnorodnych formach: świderki, kolanka, nitki, muszelki, spaghetti, pióra, itp. Posiada 3 własne marki makaronów: Solare, Makaron Staropolski i Sorenti, która należy do segmentu Premium. Firma obecnie posiada dwa zakłady produkcyjne: w Rzeszowie i w Płocku. Od kwietnia 2007 r. Makarony Polskie są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych.

Abak Sp. z o.o. To znany producent makaronu w Polsce. W 2005 r. Spółka osiągnęła 2,3% udział w rynku w ujęciu ilościowym oraz 2% udział w ujęciu wartościowym. Spółka produkuje makaron tłoczony, makaron walcowany oraz tzw. zacierkę. Zakład produkcyjny zlokalizowany jest w Częstochowie. Zatrudnionych jest 168 pracowników. Moce produkcyjne Spółki:

- a. makaron walcowany – dwie linie produkcyjne o łącznej mocy do 17,5 tony/dobę, trzecia linia jest obecnie instalowana, po zakończeniu tego procesu Spółka będzie mogła wyprodukować około 30 ton makaronu walcowanego w ciągu doby,
- b. makaron tłoczony – ok. 1.000 kg/h,
- c. zacierka – ok. 6.000 kg/dobę.

Stoczek Sp. z o.o. Przejmując firmę Stoczek, producenta dań gotowych, Makarony Polskie S.A. rozpoczęły działalność na tym rynku. Wartość rynku dań gotowych wyceniana jest na blisko 200-220 mln zł. Segment ten charakteryzuje się wysoką dynamiką wzrostu - rośnie ok. 10% rocznie. Najbardziej optymistyczne prognozy dotyczące branży mówią, że w ciągu najbliższych trzech-czterech lat wartość krajowego rynku wzrośnie nawet do miliarda rocznie. Aktualnie do Stoczka należy 6,2% segmentu dań gotowych.