



# Makarony Polskie S.A.

Warszawa, 12 sierpnia 2008 roku

## Plan prezentacji



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

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



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Grupa Makarony Polskie

- ✦ Grupę Makarony Polskie tworzą:
  - ✦ Makarony Polskie S.A., (produkcja: Płock, Rzeszów, Częstochowa)
  - ✦ Stoczek Sp. z o.o. (Stoczek Łukowski)
- ✦ Asortyment produktów oferowanych przez Grupę Makarony Polskie obejmuje następujące marki:



- ✦ Makarony i sosy



- ✦ Makarony tradycyjne



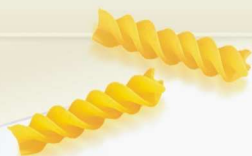
- ✦ Dania gotowe, pasztety, dżemy





MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



**Makaron Sorenti** produkowany w 100% z pszenicy durum o najwyższej jakości, która gwarantuje, że makaron się nie rozgotowuje i pozostaje al dente oraz sosy do makaronu **Sorenti**



## Produkty



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



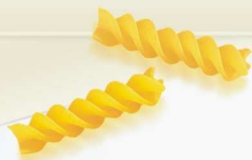
**Abak** produkowany metodą tradycyjną ze świeżych jaj: dwu- oraz czterojajeczny.





MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



Dżemy



Zupy w puszcze

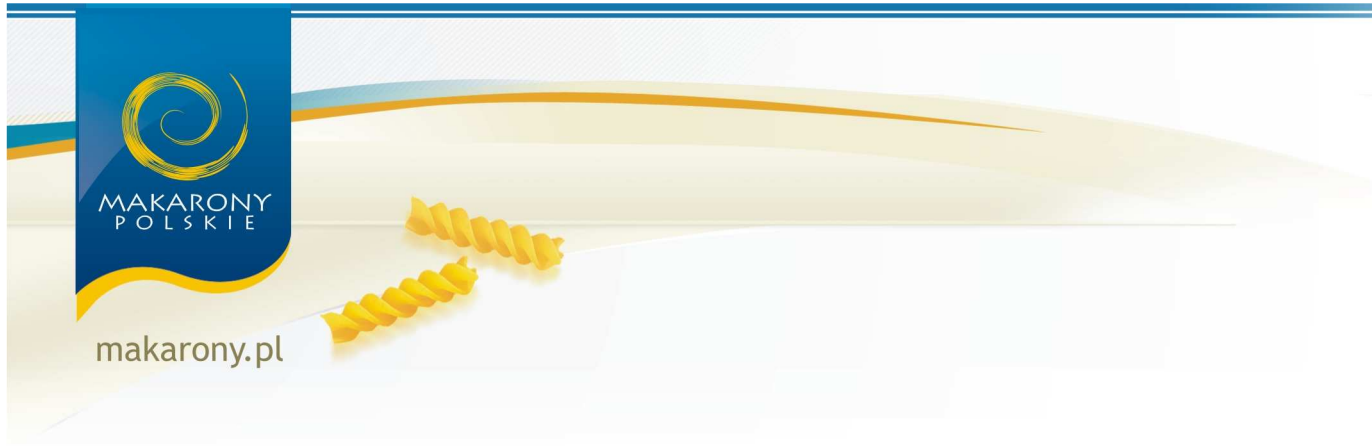


Dania gotowe

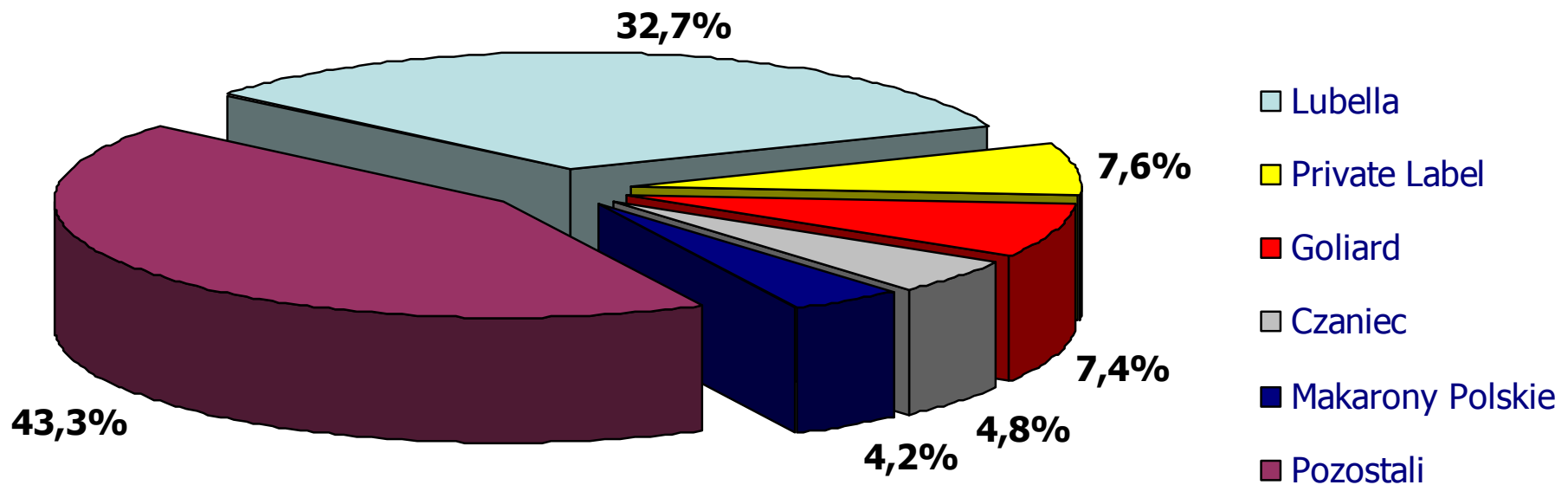
Produkty marki Stoczek powstają na bazie tradycyjnych receptur, z naturalnych składników, nie zawierają barwników, ani konserwantów.

Pasztesy





## Rynek makaronu



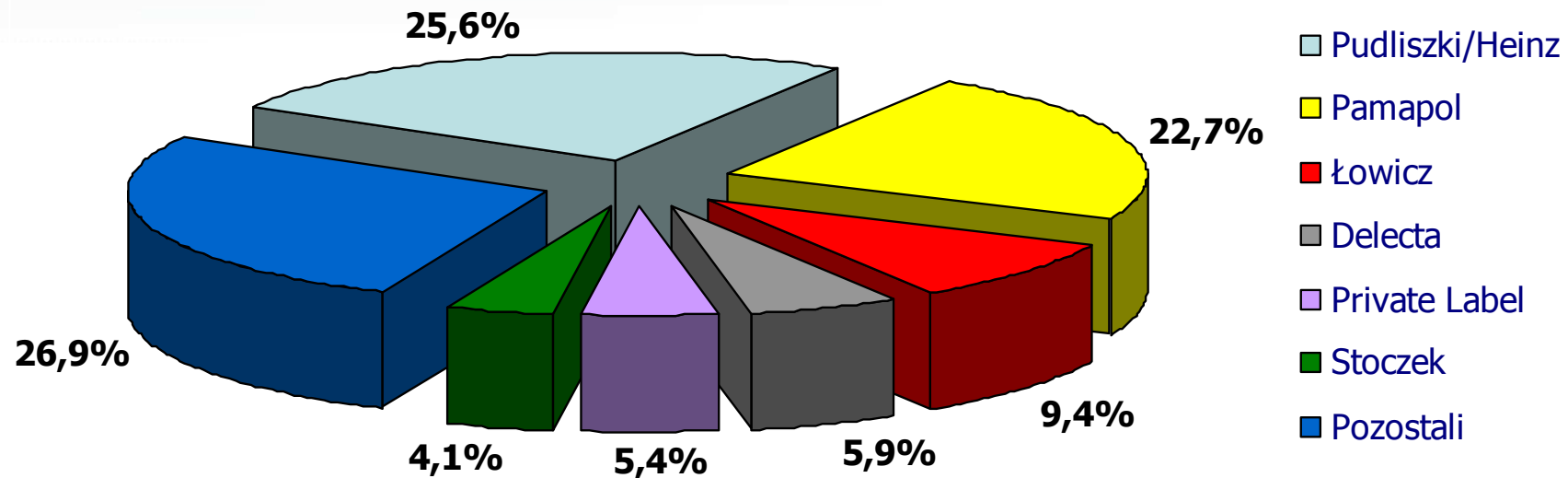
Źródło: MEMRB (udziały wartościowo)

- ✿ Grupa Makarony Polskie osiągnęła w okresie I-II 2008 r. 4,2 % wartościowo oraz 4,6% ilościowo udziału w rynku makaronu (produkty markowe), udziały te nadal są utrzymywane.



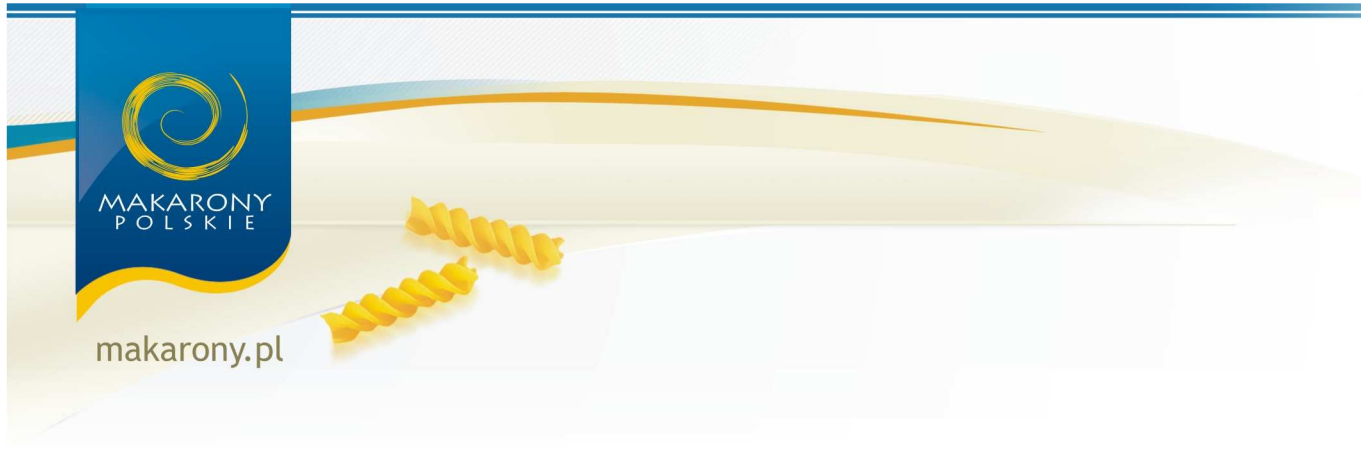
makarony.pl

## 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.
- ✂ W okresie XI-XII 2007 Stoczek osiągnął 4,3% udziału w rynku pod względem wartościowym. Udział ten będzie się zwiększał dzięki przeprowadzonym zmianom wizerunkowym marki Stoczek.
- ✂ Źródło: MEMRB (udziały wartościowo, I-II 2008)

## Rozwój sprzedaży



- ✿ W Grupie funkcjonuje ukształtowany w ubiegłym roku zespół sprzedaży, który powstał z połączenia zespołów sprzedaży MP, Stoczek i Abak.
- ✿ W II kwartale do obrotu została wprowadzona nowa, komplementarna wobec makaronów, linia włoskich sosów pod marką Sorenti: Napoli, Bolognese i Carbonara.
- ✿ W II kwartale przeprowadzona została kampania wizerunkowa marki Stoczek (billboardy, prasa lokalna, lokalne rozgłoszenie radiowe, nowa strona internetowa [www.stoczek.com.pl](http://www.stoczek.com.pl)). Celem kampanii było poinformowanie konsumentów o zmianach wizerunkowych oraz zbudowanie nowego klimatu wokół marki.
- ✿ Jeszcze w 2008 roku Grupa planuje wprowadzić na rynek nowe produkty: sosy, przetwory warzywne, owocowe, makarony o właściwościach zdrowotnych.



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Rozwój sprzedaży

### Efekty podjętych działań:

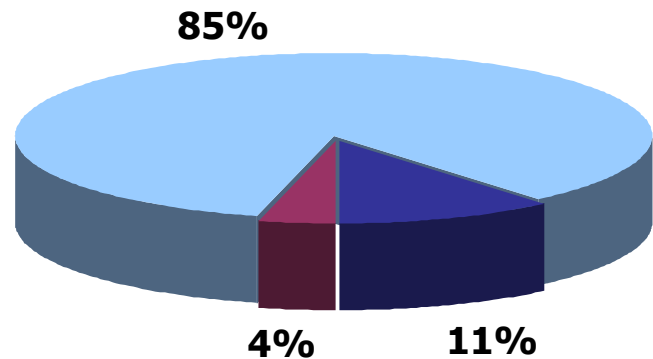
- Wskaźnik dystrybucji numerycznej systematycznie rośnie poprzez zwiększanie liczby sklepów w handlu tradycyjnym oraz wprowadzanie produktów do sieci handlowych. Obecnie Grupa koncentruje się na poszerzeniu asortymentu w najlepszych punktach sprzedaży oraz wprowadzaniu swoich produktów markowych do zorganizowanych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

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

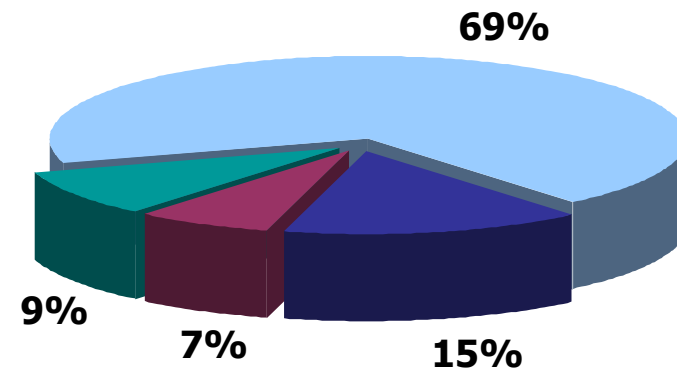
- Wskaźnik dystrybucji ważonej dla produktów markowych Grupy kształtuje się następująco:

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

# Struktura sprzedaży



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



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

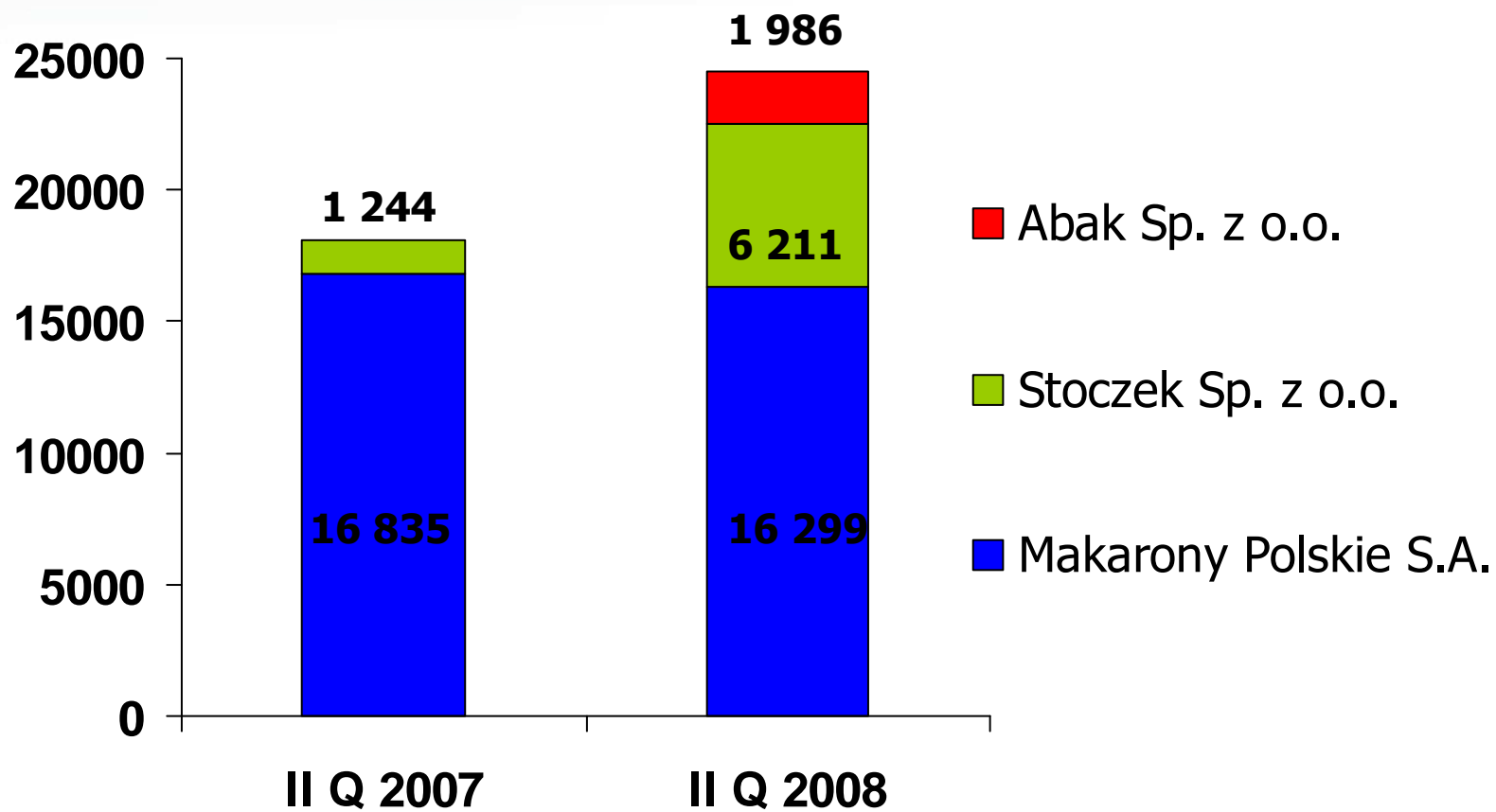
Przychody ze sprzedaży produktów markowych w całości przychodów Grupy w II kwartale 2008 roku wyniosły 7 469 mln zł i przekroczyły 30%. Grupa zakłada wzrost sprzedaży w handlu tradycyjnym i nowoczesnym oraz osiągnięcie 40% udziału przychodów ze sprzedaży produktów markowych na koniec roku.



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Przychody ze sprzedaży



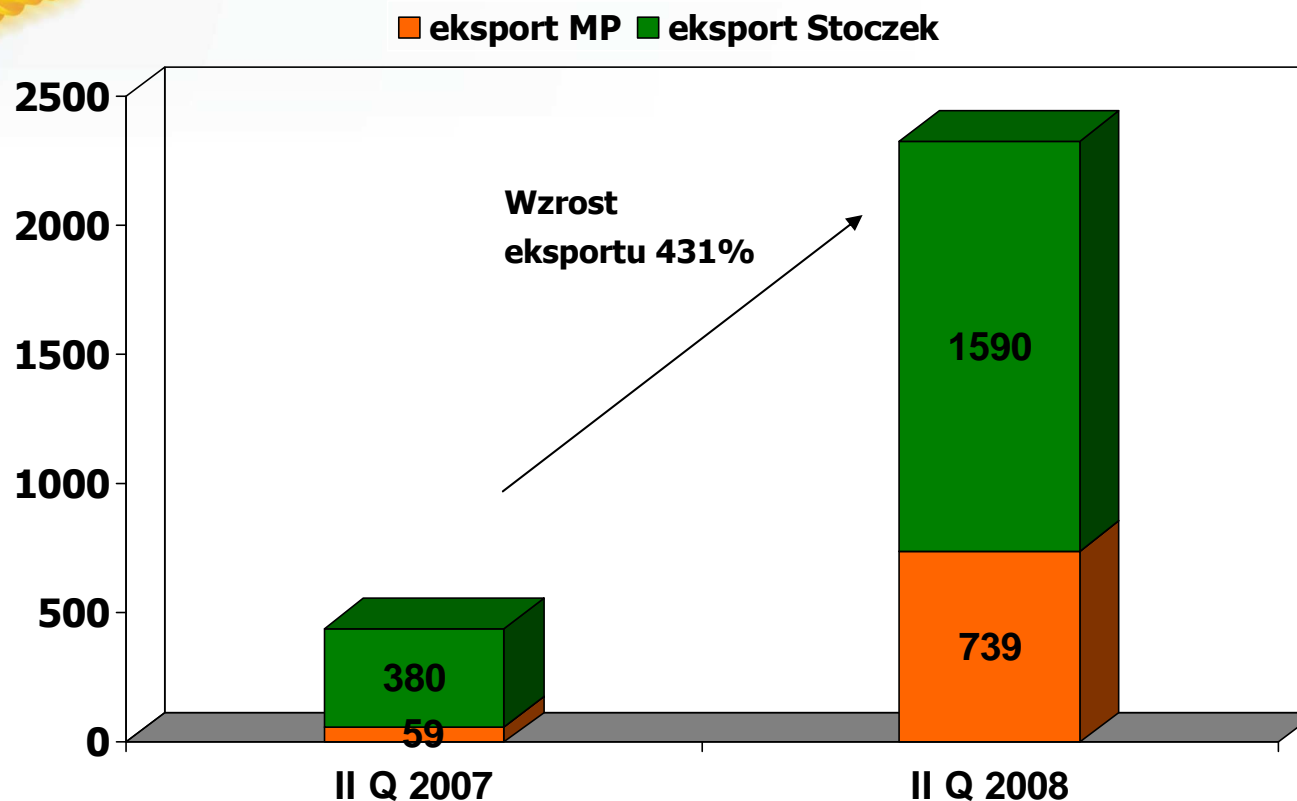


MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

w tys. zł.

## Sprzedaż eksportowa



- ❁ Udział przychodów ze sprzedaży eksportowej, podobnie jak w I kwartale 2008 r., wykazuje silną tendencję wzrostową – wartość sprzedaży eksportowej w II kwartale 2008 r. wzrosła w stosunku do II kwartału 2007 r. o 430%. Wynika to przede wszystkim z konsolidacji przychodów ze sprzedaży eksportowej Spółki Stoczek oraz rozwoju sprzedaży eksportowej w Spółce Makarony Polskie S.A.
- ❁ Wartość przychodów ze sprzedaży eksportowej w całości przychodów ze sprzedaży wzrosła z 2,4% w II kwartale 2007 r. do 9,5% w II kwartale 2008 r.

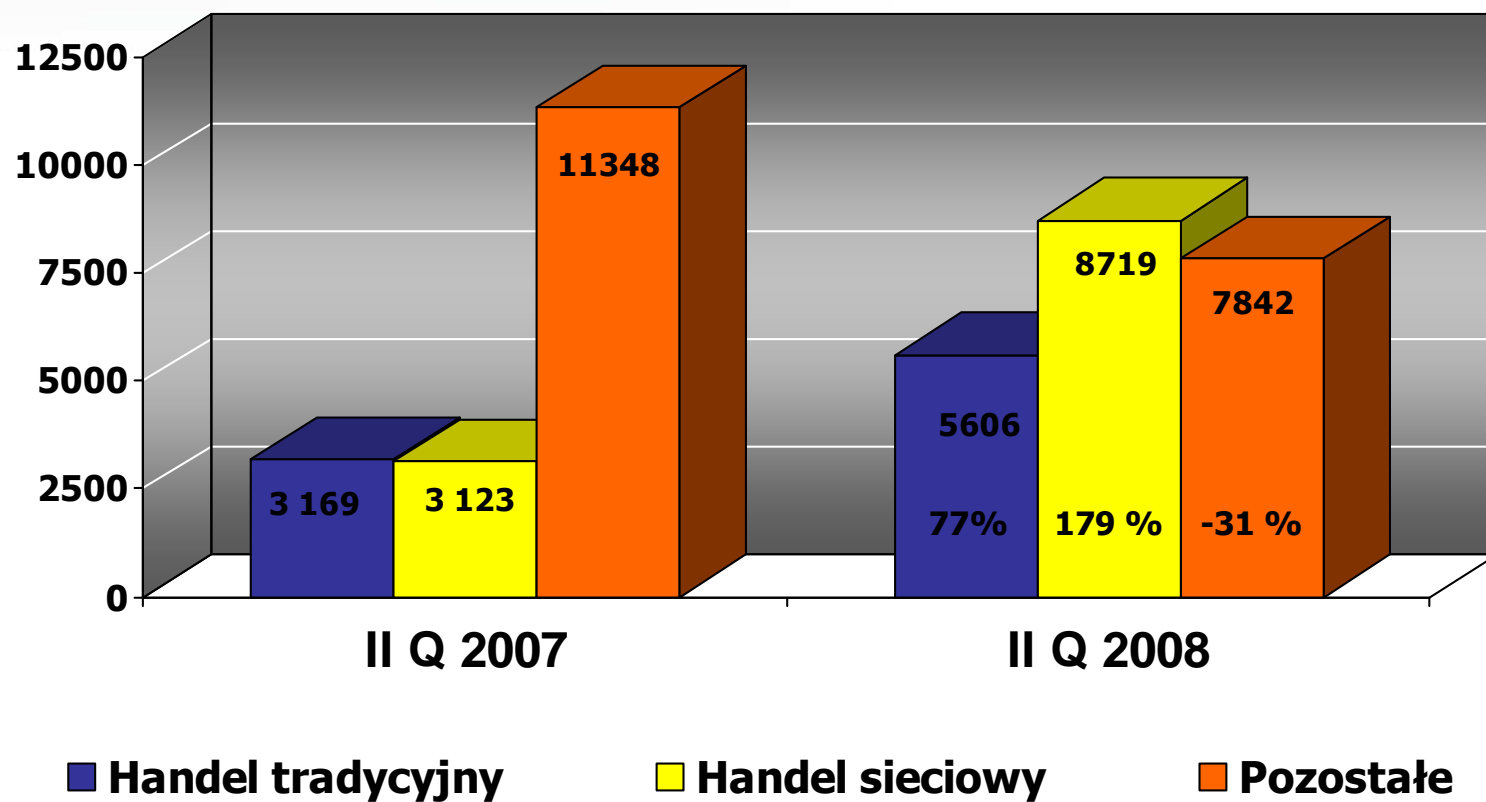


MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



## Sprzedaż krajowa





MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Przychody ze sprzedaży

- ✿ **Handel tradycyjny** – wzrost przychodów ze sprzedaży w II kwartale 2008 r. w stosunku do II kwartału 2007 r. wyniósł 77%.
- ✿ **Handel sieciowy** – wzrost przychodów ze sprzedaży w II kwartale 2008 r. w stosunku do II kwartału 2007 r. wyniósł 179%.

Wzrost przychodów w tych kanałach dystrybucji wynika z realizacji strategii ukierunkowanej na zastąpienie krótkoterminowych kontraktów instytucjonalnych długoterminowymi kontraktami w handlu tradycyjnym i sieciowym, zwłaszcza umowami sprzedaży produktów pod markami Grupy.

- ✿ **Wzrost przychodów ze sprzedaży** w stosunku do I kwartału 2008 r.
- ✿ W latach 2004-2007 Spółka realizowała dostawy makaronu (ok. 800 ton miesięcznie) dla Agencji Rynku Rolnego w ramach programu „Dostarczanie żywności dla najuboższej ludności Unii Europejskiej”. Na 2008 rok Spółka nie podpisała z ARR podobnego kontraktu, w wyniku czego nastąpił spadek wartości sprzedaży pozostałej. W II kwartale 2008 r. odbudowana została sprzedaż – kontrakt z ARR został zastąpiony umowami w handlu sieciowym i tradycyjnym.



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Wyniki finansowe za II kwartał 2008

### Wyniki jednostkowe Makarony Polskie S.A.

Makarony Polskie S.A.	I Q 07	II Q 07	I Q 08	II Q 08	zmiana % II Q 08 / II Q 07	zmiana % II Q 08 / I Q 08
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	20 139	16 834	9 690	17 074	1,4%	76,2%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	17 945	11 389	8 388	14 842	30,3%	76,9%
Zysk brutto ze sprzedaży	2 194	5 445	1 302	2 232	-59,0%	71,4%
Koszty sprzedaży	1 245	1 934	1 757	2 099	8,5%	19,5%
Koszty zarządu	463	577	638	837	45,1%	31,2%
Amortyzacja	371	422	577	630	49,3%	9,2%
EBIT	533	1 374	-1 031	1 992	45,0%	293,2%
EBITDA	904	1 796	-454	2 622	46,0%	677,5%
zysk brutto	487	1 350	-1 062	611	-54,7%	157,5%
zysk netto	324	1 152	-1 125	538	-53,3%	147,8%
Rentowność EBIT	2,65%	8,16%	-10,64%	11,67%		
Rentowność EBITDA	4,49%	10,67%	-4,69%	15,36%		
Rentowność brutto sprzedaży	2,42%	8,02%	-10,96%	3,58%		
Rentowność netto sprzedaży	1,61%	6,84%	-11,61%	3,15%		

P – półrocze, Q - kwartał



makarony.pl

## Wyniki finansowe za II kwartał 2008

### Wyniki skonsolidowane Grupy Makarony Polskie

Grupa Makarony Polskie	I Q 07	II Q 07	I Q 08	II Q 08	zmiana % II Q 08 / II Q 07	zmiana % II Q 08 / I Q 08
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	20 139	18 079	19 186	24 496	35%	28%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	17 945	12 222	16 485	20 360	67%	24%
Zysk brutto ze sprzedaży	2 194	5 857	2 701	4 136	-29%	53%
Koszty sprzedaży	1 245	2 176	2 710	3 094	42%	14%
Koszty zarządu	463	829	1 493	1 645	98%	10%
Amortyzacja	371	549	1 107	1 014	85%	-8%
EBIT	533	1 294	-1 382	-532	-141%	62%
EBITDA	904	1 843	-275	482	-74%	275%
zysk brutto	487	2 435	-1 668	-870	-136%	48%
zysk netto	324	2 033	-1 730	-905	-145%	48%
Rentowność EBIT	2,65%	7,16%	-7,20%	-2,17%		
Rentowność EBITDA	4,49%	10,19%	-1,43%	1,97%		
Rentowność brutto sprzedaży	2,42%	13,47%	-8,69%	-3,55%		
Rentowność netto sprzedaży	1,61%	11,25%	-9,02%	-3,69%		

P – półrocze, Q - kwartał



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Wyniki finansowe za II kwartał 2008

<b>Stoczek Sp. z o.o.</b>	<b>I i II Q 08</b>
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	14 418
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	11 048
Zysk brutto ze sprzedaży	3 370
Koszty sprzedaży	1 785
Koszty zarządu	1 220
Amortyzacja	754
EBIT	445
EBITDA	1 199
zysk brutto	64
zysk netto	64
Rentowność EBIT	3,09%
Rentowność EBITDA	8,32%
Rentowność brutto sprzedaży	0,44%
Rentowność netto sprzedaży	0,44%

<b>Abak Sp. z o.o.</b>	<b>I i II Q 08*</b>
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	7 312
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	6 775
Zysk brutto ze sprzedaży	537
Koszty sprzedaży	745
Koszty zarządu	472
Amortyzacja	160
EBIT	-644
EBITDA	-484
zysk brutto	-720
zysk netto	-682
Rentowność EBIT	-8,81%
Rentowność EBITDA	-6,62%
Rentowność brutto sprzedaży	-9,85%
Rentowność netto sprzedaży	-9,33%

Do 16.05.2008 r.



makarony.pl

## Wyniki finansowe po II kwartale 2008

### **Na wyniki finansowe Grupy Makarony Polskie w II kwartale 2008 r. znaczący wpływ miały:**

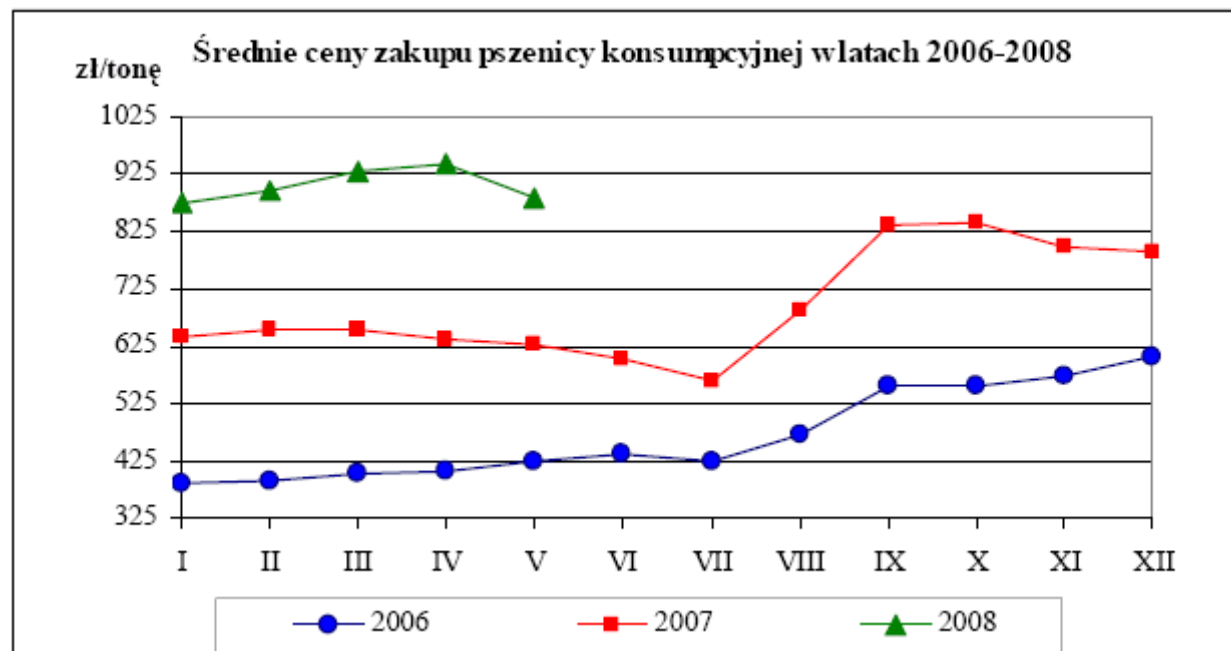
- ✦ wzrost kosztów produkcji (surowce, energia, wynagrodzenia),
- ✦ utrzymujące się wysokie ceny surowców, zwłaszcza mąki, w kwietniu osiągnęły one historycznie najwyższy poziom, obecnie ceny te systematycznie spadają,
- ✦ rosnący kurs PLN w stosunku do Euro,
- ✦ wysokie koszty restrukturyzacji Grupy - przeprowadzenie zapowiadanej restrukturyzacji Grupy poprzez automatyzację produkcji, obniżenie kosztów administracyjnych dzięki połączeniu Spółek Makarony Polskie S.A. i Abak Sp. z o.o. oraz zwiększenie skali produkcji. Pozwala to na miesięczne oszczędności w wysokości ok. 250 tys. zł, proces restrukturyzacji zakończy się w III kwartale 2008 r.,
- ✦ nakłady na inwestycję w Rzeszowie, 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. będzie jednym z trzech największych producentów makaronu w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

# Ceny pszenicy



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

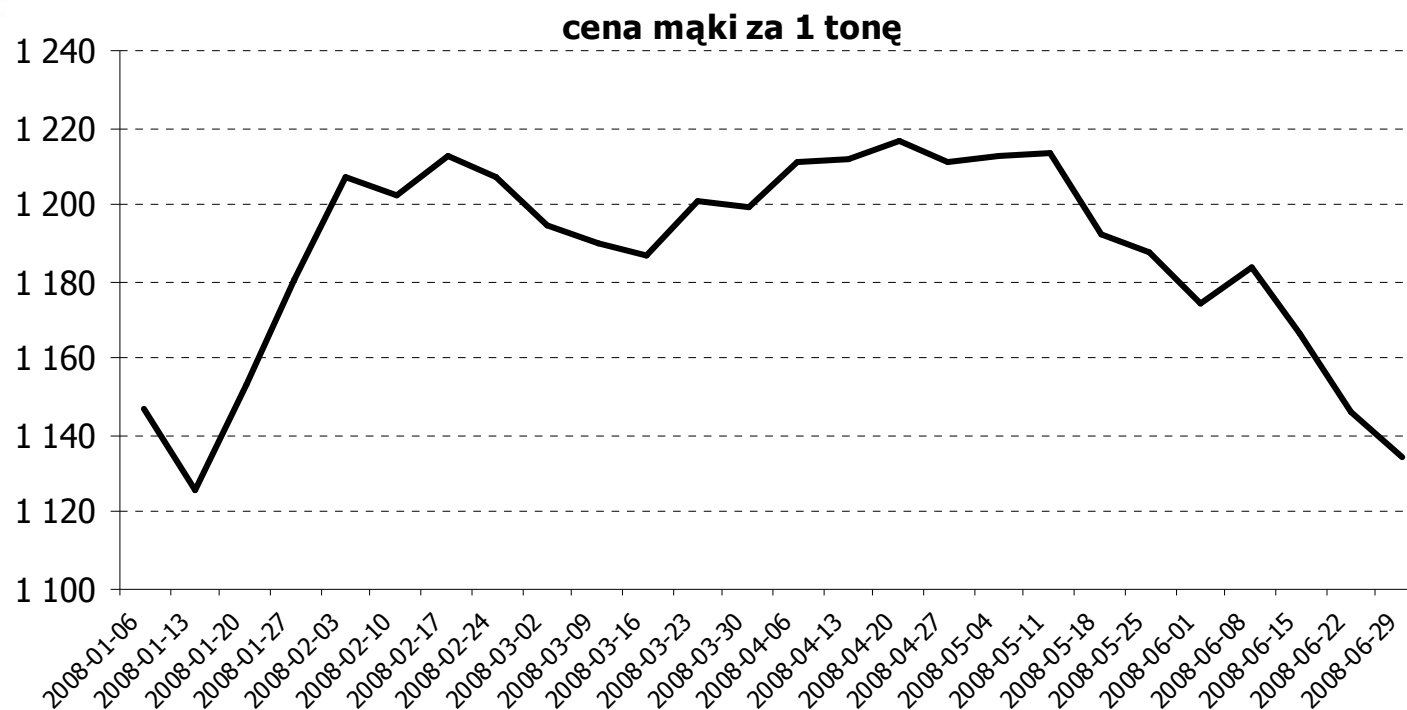


# Ceny mąki



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



\* na podstawie danych MRiRW



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Wyniki finansowe po II kwartale 2008

### Podstawowe osiągnięcia:

- ✦ dodatni wynik finansowy w Stoczku (64 tys. zł), przewidywana jest dalsza poprawa wyniku Spółki dzięki automatyzacji produkcji, zwiększeniu skali produkcji i obniżeniu kosztów surowcowych,
- ✦ zakończenie podstawowej części restrukturyzacji produkcji makaronu walcowanego; Przewidywane jest osiągnięcie w III kwartale dodatnich wyników finansowych przez zakład produkcyjny w Częstochowie (dawniej Abak), działalność Abaka przynosiła najgorsze wyniki finansowe w Grupie (ok. 150-200 tys. zł strat miesięcznie),
- ✦ odbudowa sprzedaży dzięki zastąpieniu ubiegłorocznego kontraktu z Agencją Rynku Rolnego bardziej perspektywicznymi umowami w handlu sieciowym i nowoczesnym.



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.

### **Cele ekonomiczne:**

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

### **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.



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



**Grupa Makrony Polskie**

**Dziękujemy za uwagę**