



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Grupa Makarony Polskie

Wyniki finansowe za I kwartał 2012 roku

Warszawa, 15 maja 2012 r.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W I KWARTALE 2012 R.

RESTRUKTURYZACJA – POPRAWA RENTOWNOŚCI

- Urentownienie wszystkich kontraktów.
- Ograniczenie kosztów stałych administracji, sprzedaży i produkcji – w tym podjęcie działań związanych z koncentracją produkcji makaronu.
- Obniżenie poziomu zobowiązań oprocentowanych – sprzedaż zbędnego majątku.

DODATNI WYNIK FINANSOWY

- Grupa Makarony Polskie w **I kwartał 2012** roku wypracowała przychody ze sprzedaży na poziomie **32 960 tys. zł** w stosunku do przychodów za analogiczny okres 2011 roku w wysokości 33 511 tys. zł (pomijając przychody z tytułu sprzedaży towaru spożywczego - jęczmień).
- Na koniec **I kwartału 2012 roku** Grupa odnotowała **zysk netto w wysokości 82 tys. zł** w porównaniu do straty na koniec analogicznego okresu roku ubiegłego wynoszącej 1 032 tys. zł.

GRUPA KAPITAŁOWA

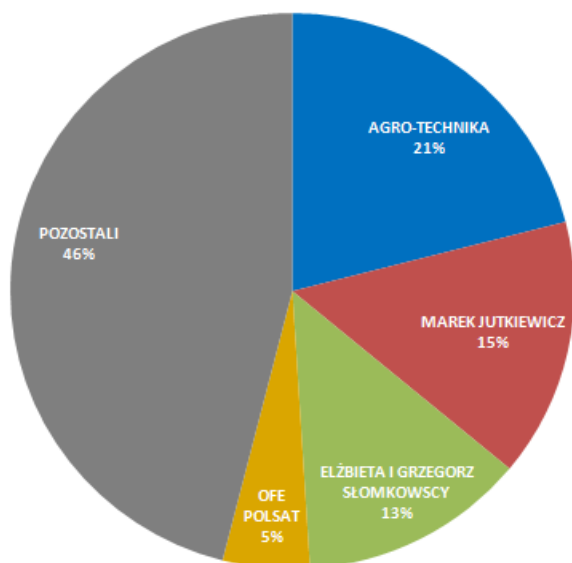
Skład grupy kapitałowej: Makarony Polskie S.A.(od 2007 r. Spółka notowana na GPW), Stoczek Sp. z o. o.

Data powstania: 2002 r.

Zatrudnienie: 464 pracowników

Kapitał zakładowy: 27 750 213 zł

Akcjonariat:*



*Makarony Polskie S.A.

PROFIL DZIAŁALNOŚCI

Działalność: produkcja i sprzedaż artykułów spożywczych pod markami należącymi do Grupy (25%) oraz w segmencie private label (75%)

Produkty: makarony, dania gotowe, przetwory owocowo-warzywne, syropy

Marki należące do Grupy:



Zakłady produkcyjne: Rzeszów, Częstochowa, Płock, Stoczek Łukowski

Eksport: Czechy, Słowacja, Wielka Brytania, Irlandia, Estonia, Rumunia, Bułgaria, Litwa, Łotwa, Holandia, Togo, Singapur, Hong Kong, USA

Sprzedaż:

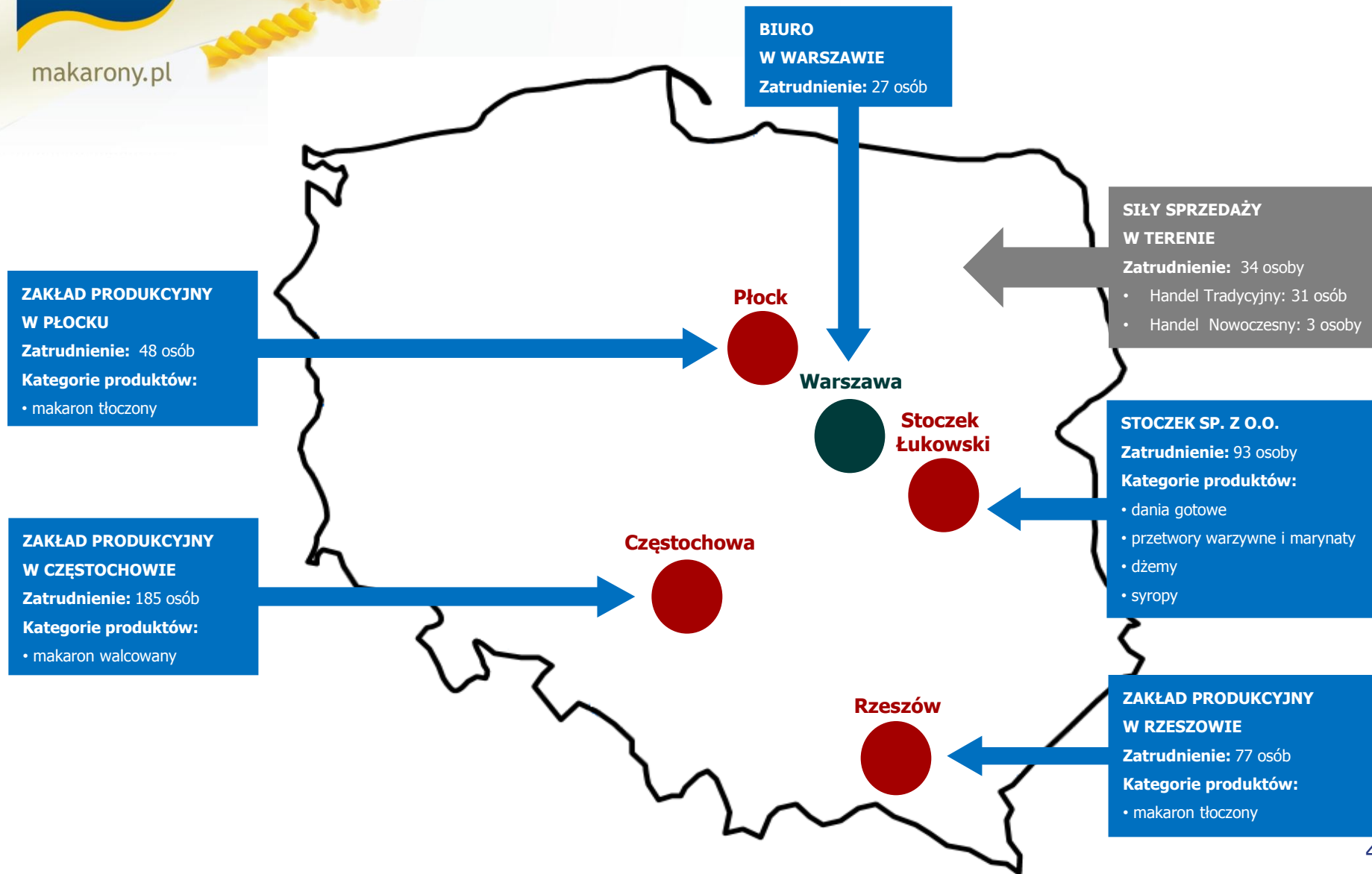
Kategoria produktowa	Sprzedaż w I Q 2012 r [t]	Sprzedaż w I Q 2011 r [t]
makarony	9 268	10 851
dania gotowe	446	1 880
Przetwory warzywne i marynaty	186	0
dżemy i marmolady	95	87
syropy	92	0
Razem	10 087	12 818



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

ORGANIZACJA GRUPY NA DZIEŃ 31 MARCA 2012 R.



RYNEK MAKARONU – TENDENCJE



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Wielkość rynku
w okresie
XII 2011-III 2012
51,2 tys. ton

Źródło: Nielsen

Spadek
o **0,9%**
w stosunku
do
XII 2010-III 2011 r.

Wartość rynku
w okresie
XII 2011-III 2012
307,6 mln zł

Źródło: Nielsen

Wzrost
o **4,3%**
w stosunku
do
XII 2010-III 2011 r.

Konsumpcja
4,6 kg/rok
(średnio)

Źródło: Nielsen

Ciągły wzrost konsumpcji,
4-5% rocznie.
Duży potencjał wzrostu, ze
względu na wyższe spożycie
makaronu w innych krajach
Europy i zmieniające się
preferencje żywieniowe
Polaków



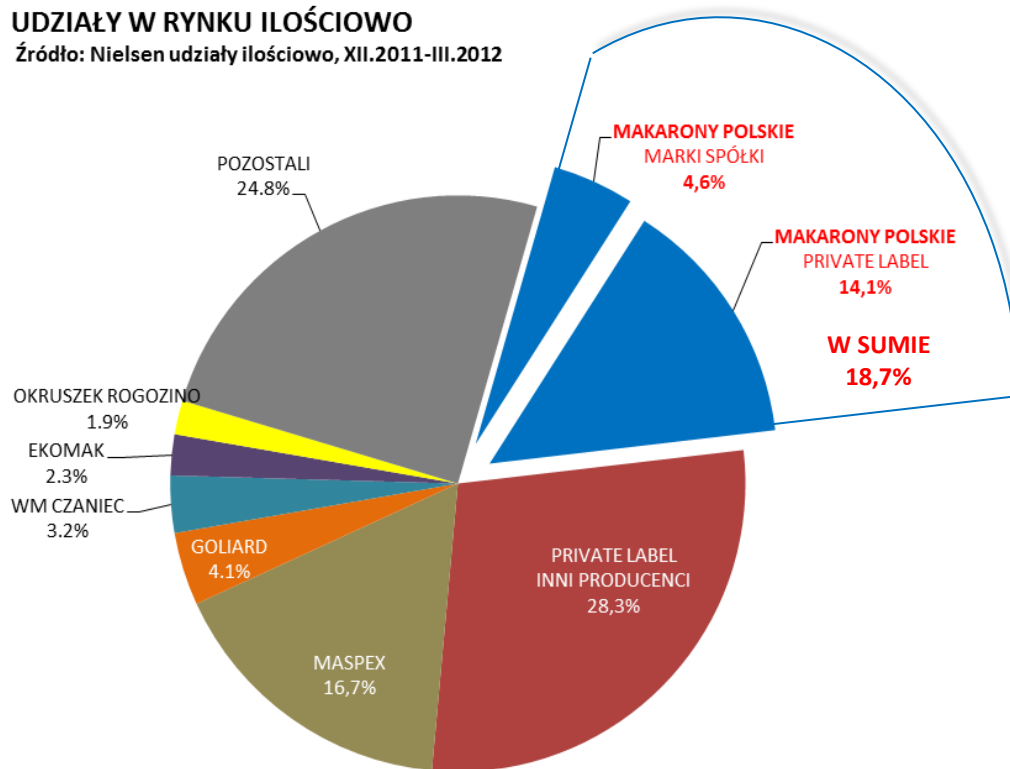
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

RYNEK MAKARONU

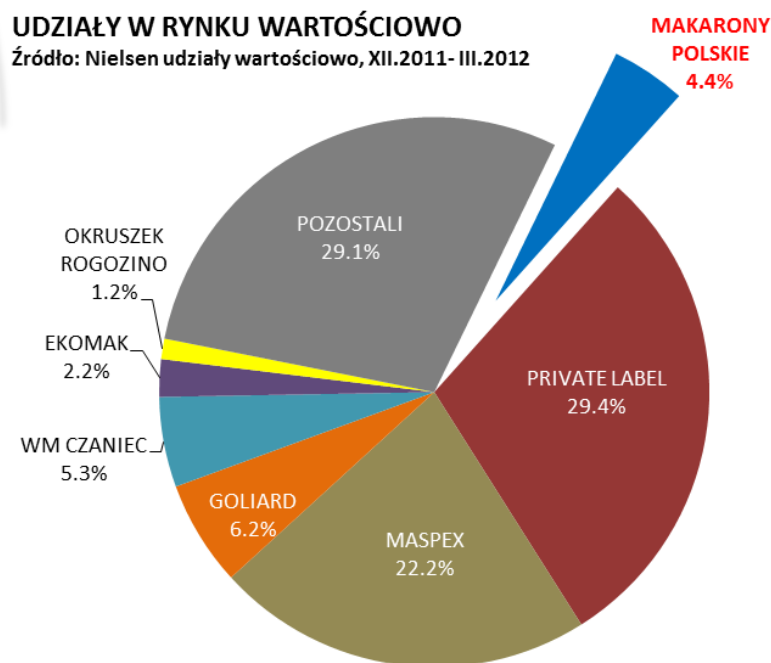
UDZIAŁY W RYNKU ILOŚCIOWO

Źródło: Nielsen udziały ilościowo, XII.2011-III.2012



UDZIAŁY W RYNKU WARTOŚCIOWO

Źródło: Nielsen udziały wartościowo, XII.2011- III.2012



RYNEK DAŃ GOTOWYCH, DŻEMÓW, SYROPÓW



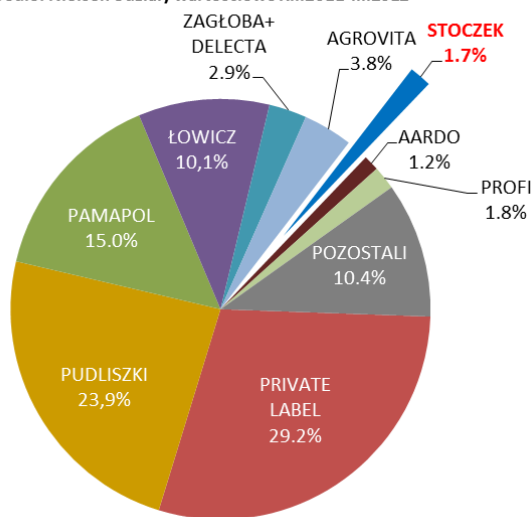
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

DANIA GOTOWE

UDZIAŁY W RYNKU WARTOŚCIOWO

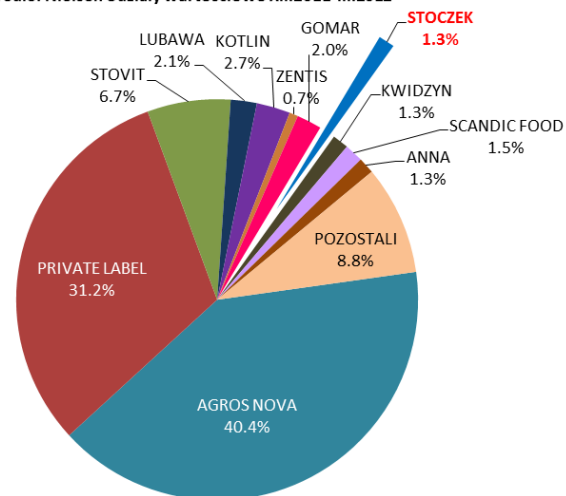
Źródło: Nielsen Udziały wartościowo XII.2011-III.2012



DŻEMY

UDZIAŁY W RYNKU WARTOŚCIOWO

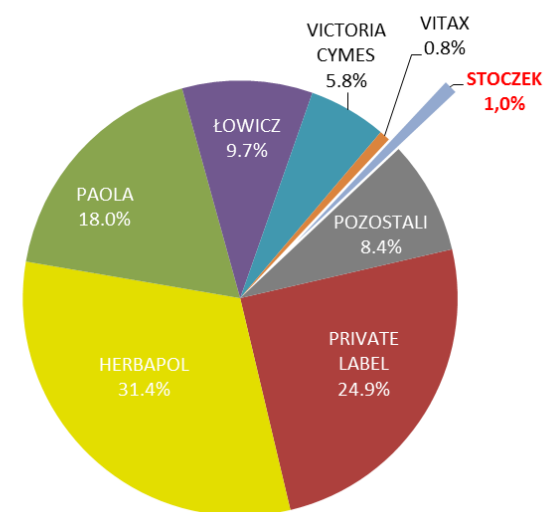
Źródło: Nielsen Udziały wartościowo XII.2011-III.2012



SYROPY

UDZIAŁY W RYNKU WARTOŚCIOWO

Źródło: Nielsen Udziały wartościowo XII.2011-III.2012



12,1%
w
stosunku
do XII -III
2011

Wielkość rynku
dań gotowych
w okresie
XII 2011
-III 2012

12,8 tys. ton
Źródło: Nielsen

Wartość rynku
dań gotowych
w okresie
XII 2011
-III 2012

119,3 mln zł
Źródło: Nielsen

12,1%
w
stosunku
do XII-III
2011

2,9%
w
stosunku
do XII-III
2011

Wielkość rynku
dżemów
w okresie
XII 2011
-III 2012

8,1 tys. ton
Źródło: Nielsen

Wartość rynku
dżemów
w okresie
XII 2011
-III 2012

88,7 mln zł
Źródło: Nielsen

18,0%
w
stosunku
do XII-III
2011

0,03%
w
stosunku
do XII-III
2011

Wielkość rynku
**syropów
owocowych**
w okresie
XII 2011
-III 2012

12 046 tys. l
Źródło: Nielsen

Wartość rynku
**syropów
owocowych**
w okresie
XII 2011
-III 2012

112,8 mln zł
Źródło: Nielsen

5,6%
w
stosunku
do XII-III
2011



MAKARONY
POLSKIE

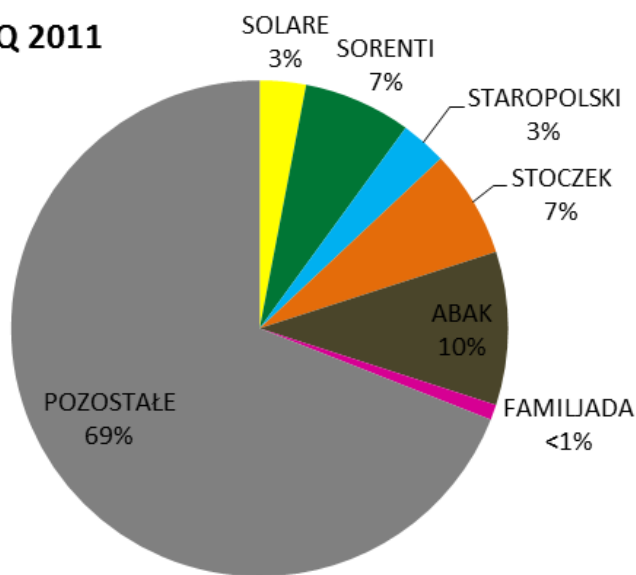
makarony.pl



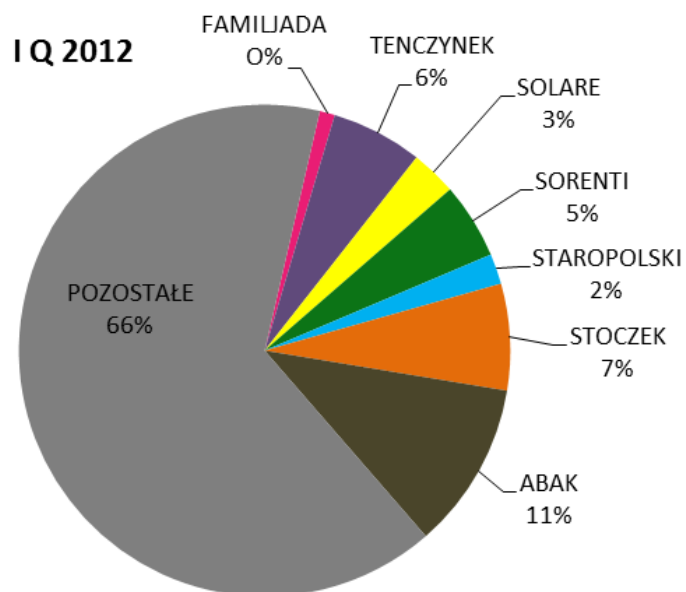
STRUKTURA SPRZEDAŻY

Przychody ze sprzedaży produktów markowych w I Q 2012 r. wyniosły 11,2 mln zł co stanowi wzrost o 7,1% w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego.

I Q 2011



I Q 2012



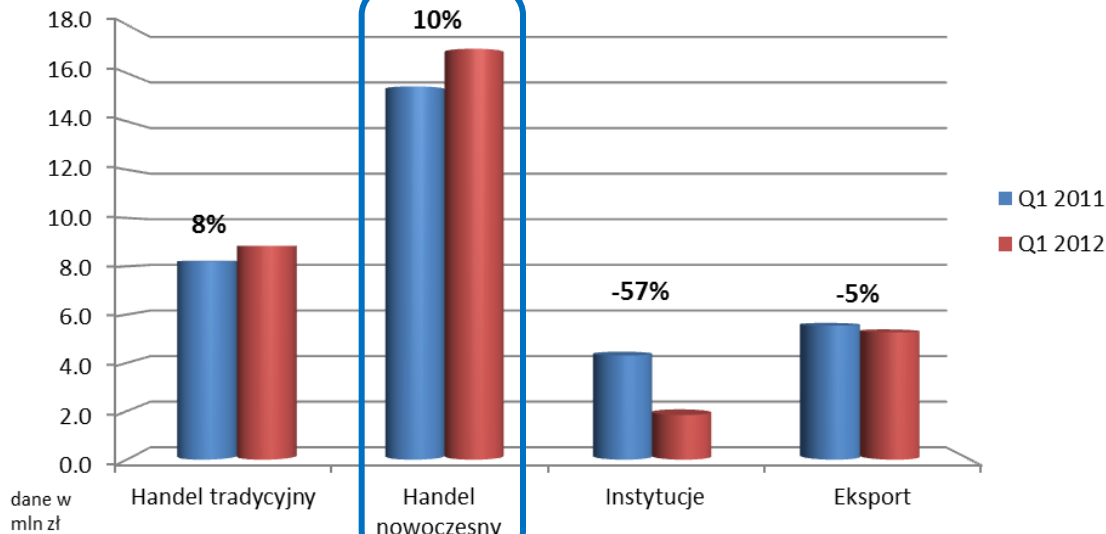


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

KANAŁY DYSTRYBUCJI

STRUKTURA SPRZEDAŻY - KANAŁY DYSTRYBUCJI
(z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży jęczmienia w I kw. 2011)



W I Q 2012 roku Grupa Makarony Polskie odnotowała przychody ze sprzedaży na poziomie 32,9 mln zł, co stanowi spadek o 35,4% w stosunku do analogicznego okresu 2011 r.

Ze sprzedaży produktów i towarów (bez surowców) osiągnięto przychody na poziomie 32,6 mln zł w stosunku do 33,5 mln zł w analogicznym okresie roku poprzedniego, co stanowi spadek o 2,4%.

Największy procentowy wzrost sprzedaży w I Q 2012 roku odnotowano w Handlu Nowoczesnym (**wzrost sprzedaży o 1,6 mln zł, tj. o 10%**).

WYNIKI GRUPY MAKARONY POLSKIE W I KWARTALE 2012 R.

SPRZEDAŻ GRUPY MAKARONY POLSKIE I Q 2012 r.

Sprzedaż w tys. PLN	I Q 2012	I Q 2011	Zmiana (%)
Makarony	26 812	26 675	0.5%
Dania gotowe, konserwy	2 973	5 928	-49.8%
Przetwory warzywne i marynaty	895	0	
Dżemy	812	625	29.9%
Syropy	864	0	
Pozostałe	325	283	14.8%
Razem produkty	32 681	33 511	-2.4%
Surowce:	279	17 474	-98.4%
w tym ziarno jęczmienia	0	17 474	
Razem ogółem	32 960	50 985	-35.4%

dane w tys. zł

WYNIKI GRUPY MAKARONY POLSKIE W I KWARTALE 2012 R.

Grupa Makarony Polskie	I Q 2012	I Q 2011	Zmiana (%)
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	32 960	50 985	-35%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	27 086	41 061	-34%
Zysk brutto ze sprzedaży	5 874	9 924	-41%
Koszty sprzedaży	4 363	4 489	-3%
Koszty zarządu	1 252	1 363	-8%
EBITDA	2 024	2 385	-15%
EBIT	620	829	-25%
zysk brutto	291	- 82	
zysk netto	82	- 1 032	
Rentowność EBITDA	6.1%	4.7%	
Rentowność netto sprzedaży	0.2%	-2.0%	

dane w tys. zł

WYNIKI GRUPY MAKARONY POLSKIE W I KWARTALE 2012 R.

Makarony Polskie S.A.	I Q 2012	I Q 2011	Zmiana (%)
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	32 126	45 538	-29%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	26 288	34 974	-25%
Zysk brutto ze sprzedaży	5 838	10 564	-45%
Koszty sprzedaży	4 038	4 286	-6%
Koszty zarządu	1 066	1 117	-5%
EBITDA	1 853	2 025	-8%
EBIT	921	880	5%
zysk brutto	1 806	273	562%
zysk netto	1 620	- 650	
Rentowność EBITDA	5.8%	4.5%	
Rentowność netto sprzedaży	5.0%	-1.4%	

dane w tys. zł

WYNIKI GRUPY MAKARONY POLSKIE W I KWARTALE 2012 R.

	31 marca 2012 roku	31 grudnia 2011 roku	Zmiana (%)
A. AKTYWA TRWAŁE	93 568	95 359	-2%
1 Rzeczowe aktywa trwałe	77 183	78 275	-1%
2 Inne wartości niematerialne	9 592	9 492	1%
3 Wartość firmy	5 946	5 946	
4 Długoterminowe aktywa finansowe	76	76	
5 Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	381	1 172	-67%
6 Pozostałe aktywa – długoterminowe	72	80	-10%
B. AKTYWA OBROTOWE	47 480	46 798	1%
1 Zapasy	15 842	13 937	14%
2 Należności krótkoterminowe	29 237	29 457	-1%
3 Należności z tytułu podatku dochodowego	1 810	1 810	
4 Udzielone pożyczki	162	160	1%
5 Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	117	979	-88%
6 Pozostałe aktywa – krótkoterminowe	312	455	-31%
SUMA AKTYWÓW	141 048	142 157	-1%

dane w tys. zł

WYNIKI GRUPY MAKARONY POLSKIE W I KWARTALE 2012 R.

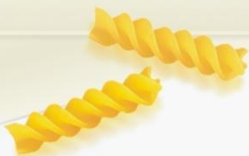
	31 marca 2012 roku	31 grudnia 2011 roku	Zmiana (%)
KAPITAŁ WŁASNY	59 489	59 407	0%
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	21 708	31 127	-30%
w tym:			
- Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki.	9 909	18 378	-46%
- Długoterminowe zobowiązania z tytułu umów leasingu finansowego.	704	1 031	-32%
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	59 851	51 623	16%
w tym:			
- Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki.	20 938	12 827	63%
- Krótkoterminowe zobowiązania finansowe (z tytułu leasingu i factoringu)	7 460	5 376	39%
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	81 559	82 750	-1%
SUMA PASYWÓW	141 048	142 157	-1%

dane w tys. zł



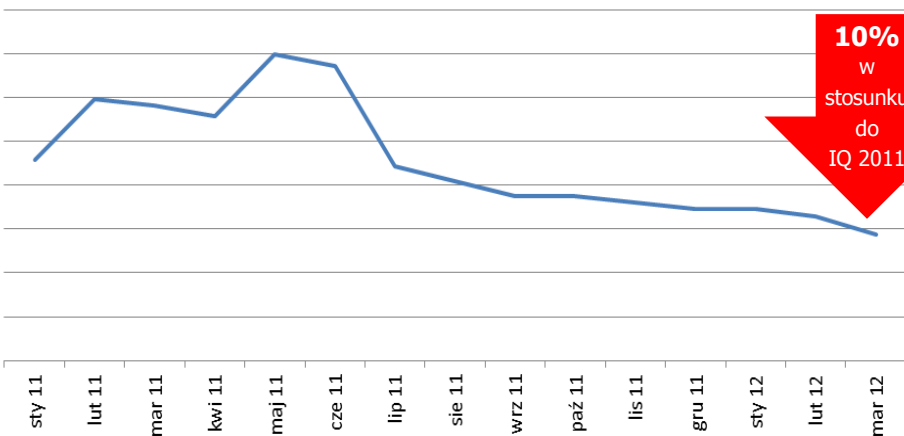
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

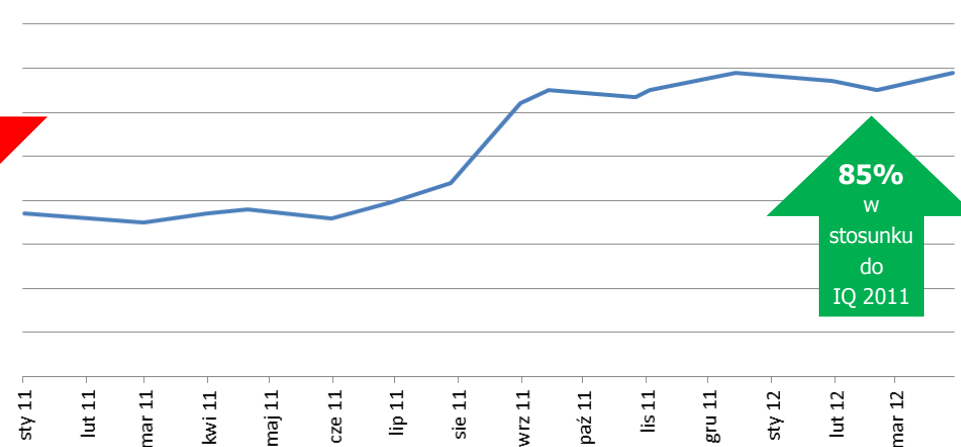


CENY SUROWCÓW

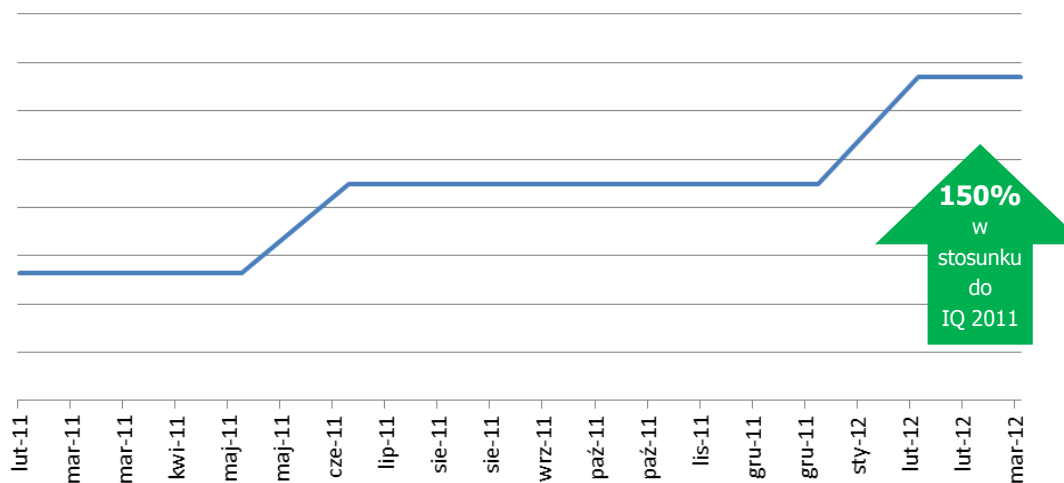
MAKA PSZENNA



MIĘSO WIEPRZOWE



TRUSKAWKA



ISTOTNE CZYNNIKI MAJĄCE WPŁYW NA WYNIKI W I KWARTALE 2012 ROKU



makarony.pl

Przesunięcie kontraktów z ARR.

Osiągnięcie zysku netto już w I kwartale 2012 r., co zgodnie z przyjętymi na ten rok założeniami, planowane było dopiero od III kwartału 2012 r.

Restrukturyzacja – poprawa rentowności kontraktów i ograniczenie kosztów stałych.

Wzrost sprzedaży produktów markowych - W I kw. 2012 r. sprzedaż produktów markowych wynosiła 11,2 mln zł w stosunku do 10,5 mln zł w analogicznym okresie roku ubiegłego, co stanowiło 34% ogółu sprzedaży i wzrost o ok. 7% w stosunku do I kw. 2011 r.

W I kwartale 2011 r. Grupa, z tytułu realizacji tych kontraktów, odnotowała przychody w wysokości 3,3 mln zł. **Wyłączając transakcje nietypowe sprzedaż produktów Grupy w I kwartale 2012 r. osiągnęła 9% wzrost przychodów w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.**

W 2012 r. Grupa Makarony Polskie koncentruje się przede wszystkim na poprawie rentowności.

CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA PRZYSZŁE WYNIKI



makarony.pl

Wzrost marży brutto na sprzedaży – efekt wdrożonych podwyżek cen produktów.

Stabilizacja marży - Usprawnienie procesu zabezpieczania kosztów surowców i wdrażania zmian cen produktów.

Ograniczenie kosztów operacyjnych (koncentracja produkcji makaronu – likwidacja jednego zakładu produkcyjnego).

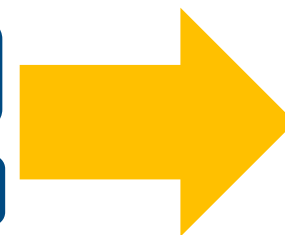
Ograniczenie kosztów administracji i sprzedaży - poprzez redukcję zbędnych etatów.

Uproszczenie organizacji Grupy – inkorporacja Stoczka, reorganizacja administracji.

Ograniczenie inwestycji w związku z mniejszym zapotrzebowaniem na moce produkcyjne.

Obniżenie poziomu zobowiązań oprocentowanych.

W efekcie wdrożenia programu restrukturyzacji Grupa oczekuje osiągnięcia zakładanych poziomów rentowności EBITDA na poziomie 10% i rentowności netto na poziomie 3% w II połowie 2012 roku.





MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ