



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Publikacja wyników GRUPY MAKARONY POLSKIE za rok obrotowy 2013

Rzeszów, dnia 18 marca 2014 roku



makarony.pl

**Makarony
Polskie**

PRODUKTY - MAKARONY

Makarony Polskie - jest to marka dedykowana konsumentom ceniącym dobrą, polską jakość w rozsądnej cenie. Portfolio marki obejmuje tradycyjne makarony jajeczne (walcowane) oraz makarony tłoczone. Marka o ciepłych konotacjach, posiadająca wyraźną osobowość, wpisującą się w popularny i stabilny trend rynkowy „polska duma”. Naszą ambicją jest również, aby nowy kluczowy brand stał się narzędziem do uporządkowania rozdrobionej obecnie półki średniej, umiejscowionej tuż poniżej lidera i próba przejścia udziałów, które obecnie posiadają bardzo liczni drobni producenci.

Sorenti - marka stworzona z myślą o smakoszach włoskiej kuchni w ramach której oferowane jest 12 rodzajów makaronów. Produkty produkowane są w 100% z mąki pochodzącej z przemiału twardoziarnistej pszenicy durum o najwyższej jakości, która gwarantuje, że makaron nie rozgotowuje się i pozostaje al dente. Na rynku krajowym marka Sorenti charakteryzuje się dość wysoką świadomością, a naszą przewagą w intensyfikującym swoje działania otoczeniu konkurencyjnym, jest bardziej przystępna cena produktów. Marka Sorenti stanowi jednocześnie bardzo atrakcyjny towar eksportowy z dużym potencjałem rozwoju i dalszej internacjonalizacji.

Solare - marka obejmuje 6 najbardziej popularnych na rynku form makaronu tłoczonego i walcowanego. W 2013 r. została odświeżona szata graficzna marki, dzięki czemu stała się ona znacznie atrakcyjniejsza wizualnie i bardziej dynamiczna oraz budzi ciepłe skojarzenia dostosowane do dobrej, sprawdzonej jakości, którą produkt oferuje. Marka Solare ze swoją bardzo przystępną ceną stanowi odpowiedź na dynamiczny rozwój sektoru Private Label i jest alternatywą dla podmiotów w kanale handlu tradycyjnego, nie oferujących marek własnych.

Solare

PRODUKTY - PRZETWORY /MIĘSNE, OWOCOWE I WARZYWNE/



Tenczynek to wysokiej jakości przetwory owocowo-warzywne. W ofercie marki znajdują się dżemy, powidła, marynaty, sałatki oraz syropy. Powstają z polskich warzyw i owoców, bez sztucznych dodatków. Jak głosi tenczyńska legenda, próbował ich wracający z Wiednia Jan III Sobieski. Marka silna lokalnie – Małopolska.



Stoczek Natura to klasyczne dania gotowe, dżemy, smalce i sałatki, które goszczą na polskich stołach już od ponad 40 lat. Produkty tej marki powstają na bazie przepisów znanych z rodzinnych domów. Do ich produkcji używa się naturalnych składników, bez konserwantów i ulepszaczy smaku. Marka lokalna – Lubelskie, Mazowieckie.



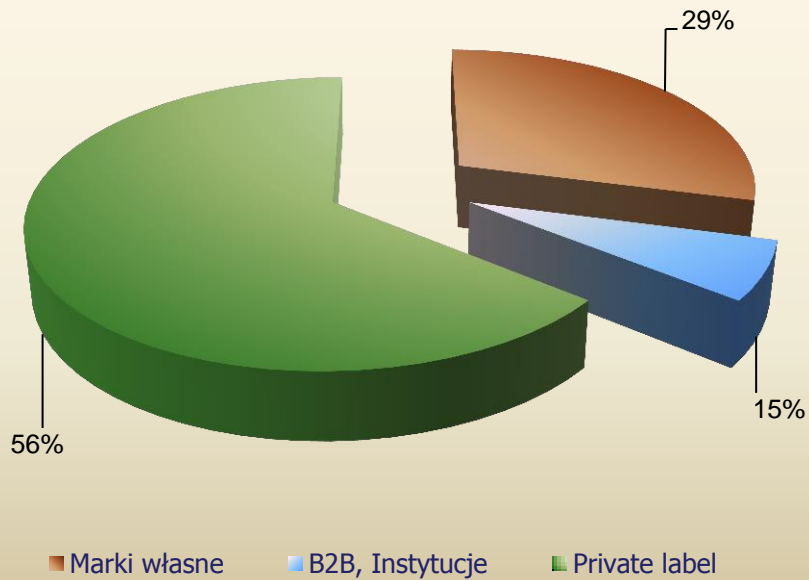
Stoczek MĘSKA RZECZ to dania gotowe dedykowane mężczyznom. W ofercie marki są dania stanowiące kompletny, jednogarnkowy i sycący posiłek, który w swoim składzie, oprócz mięsa, warzyw i sosu zawiera dodatki skrobiowe (kasza, makaron, ziemniaki, kluseczki) oraz dania standardowe, czyli najbardziej popularne na rynku, typowe dania (flaki, pulpety, fasolka, klopsy, gołąbki, gulasz), odróżniające się od konkurencji stopniem doprawienia (extra doprawione – specjalnie pod męski gust).

Famil-Jada

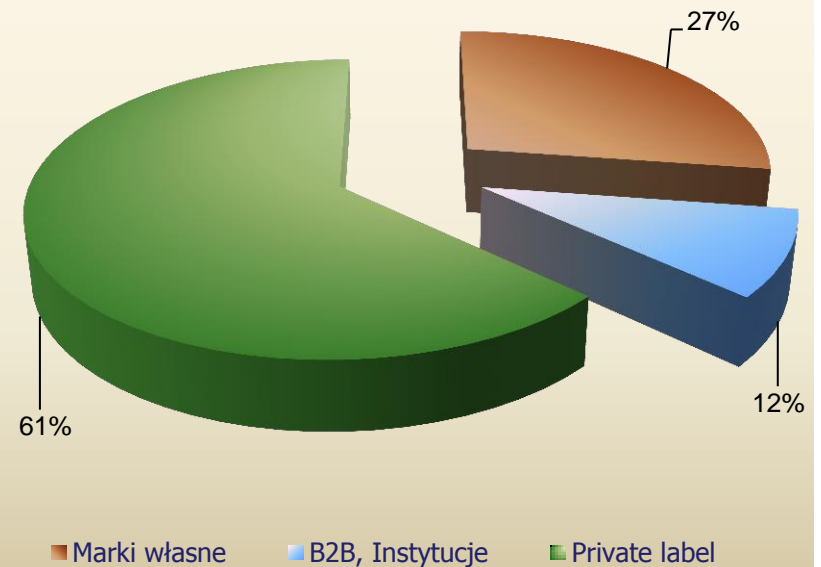
Famil-Jada to marka obejmująca obecnie najlepiej rotujący asortyment przetworów owocowych – 4 klasyczne smaki dżemów oraz 4 najbardziej lubiane przez konsumentów smaki syropów owocowych. Jest to marka rodzinna, zajmująca miejsce w segmencie ekonomicznym i stanowiąca odpowiedź na rosnący udział marek własnych w dyskontach i handlu wielkopowierzchniowym.

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY Z PODZIAŁEM NA MARKI WŁASNE I OBCE

Struktura sprzedaży produktów i towarów
- marki własne i obce - 2013



Struktura sprzedaży produktów i towarów
- marki własne i obce - 2012



WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE 2012 vs. 2013

– GRUPA MAKARONY POLSKIE

Porównanie wykonania r/r (skonsolidowany wynik)

Pozycja w tys. zł	Rzeczywiste wykonanie 2012 roku -przekształcony	Rzeczywiste wykonanie 2013 roku	% zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży ogółem	131 833	131 666	0%
Zysk brutto ze sprzedaży	24 372	28 809	18%
EBIT (zysk operacyjny)	1 451	5 092	251%
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	6 149	9 238	50%
Zysk netto	1 170	2 900	148%

WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE 2012 vs. 2013

– GRUPA MAKARONY POLSKIE

Porównanie wykonania r/r (skonsolidowany wynik) w tys. zł

Pozycja	Rzeczywiste wykonanie 2012 roku - przekształcony	Rzeczywiste wykonanie 2013 roku	% zmiana r/r
Zobowiązania długoterminowe	12 480	25 577	205%
Zobowiązania krótkoterminowe	55 192	34 919	- 37%
Kapitał własny	60 577	63 401	4,66%
Kapitał podstawowy	27 750	27 750	-----
Średnia ważona liczba akcji (w sztukach) w okresie danego roku obrotowego	9 250 071	9 250 071	-----
Zysk na jedną akcję zwykłą (w zł) = wynik netto/średnia ważona liczba akcji w okresie	0,13	0,31	238%
Wartość księgowa na jedną akcję (w zł) = kapitały własne/liczba akcji na dany moment bilansowy	6,55	6,85	4,58%



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

SKONSOLIDOWANY ZYSK NETTO GRUPY MAKARONY POLSKIE W LATACH 2011-2013

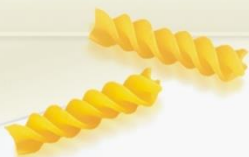


** Cel jaki stawia sobie Zarząd to podtrzymanie trendu wzrostowego w 2014 roku i uzyskanie rentowności netto na poziomie 5%.*

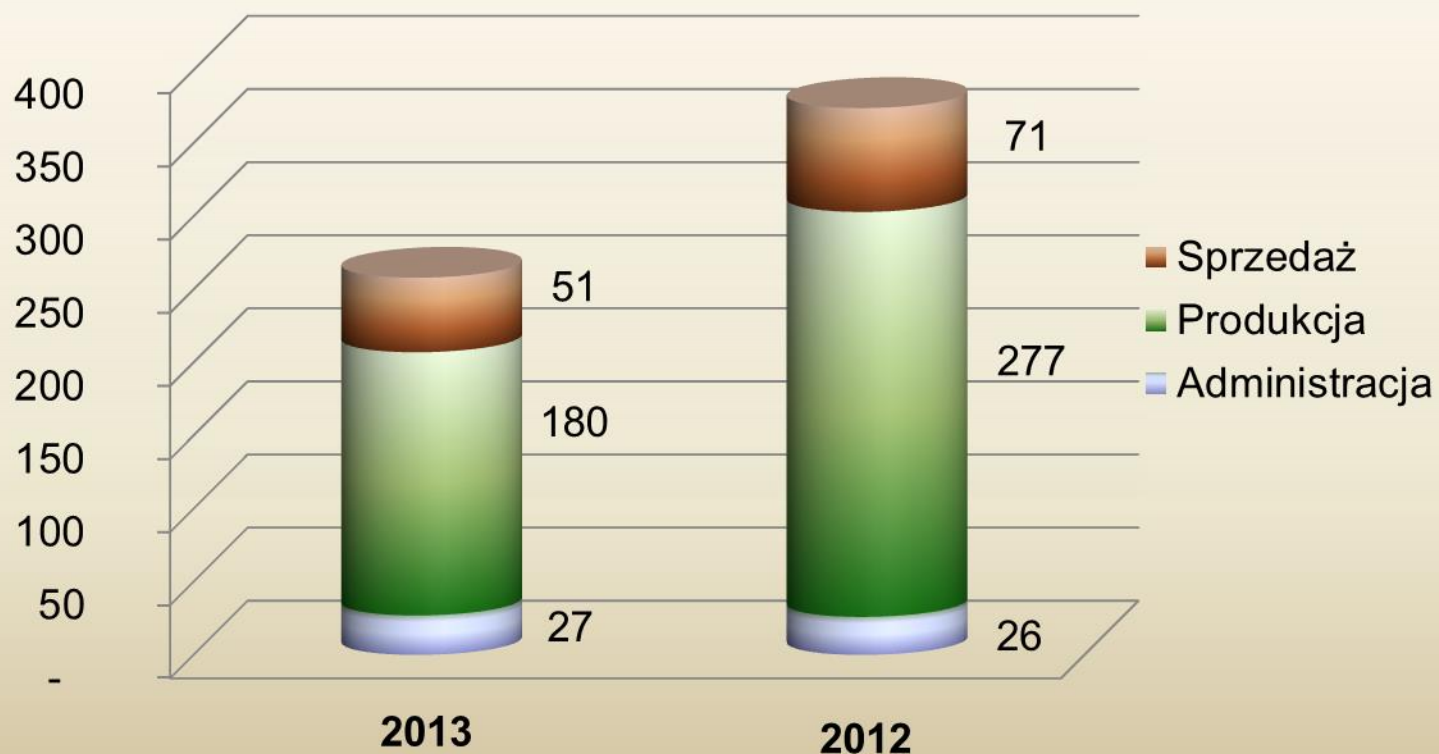


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



ZATRUDNIENIE W GRUPIE MAKARONY POLSKIE WG GRUP PRACOWNICZYCH



STRUKTURA KREDYTÓW NA DZIEŃ 31 GRUDNIA 2013 R. VS. 31 GRUDNIA 2012 R.

Struktura kredytów



FINANSOWANIE AKTYWÓW TRWAŁYCH PRZEZ KAPITAŁY STAŁE

Stosunek Aktywów Trwałych do Kapitałów Stałych w 2012 roku wynosił:

92,79 mln zł do 73,06 mln zł

Wniosek: aktywa trwałe były w części finansowane krótkoterminowym kapitałem

Stosunek Aktywów Trwałych do Kapitałów Stałych w 2013 roku wynosił:

88,89 mln zł do 88,98 mln zł

Wniosek: stosunek 1:1



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



WSKAŹNIKI RENTOWNOŚCI

Wskaźniki rentowności

			<u>2013</u>	<u>2012</u>
- rentowność sprzedaży netto	$\frac{\text{zysk/strata netto}}{\text{przychody ze sprzedaży}}$	%	2,20	0,95
- rentowność sprzedaży brutto	$\frac{\text{zysk/strata ze sprzedaży}}{\text{przychody ze sprzedaży}}$	%	3,87	0,41
- rentowność majątku ogółem	$\frac{\text{zysk/strata netto}}{\text{suma aktywów}}$	%	2,34	0,98
- rentowność kapitału własnego	$\frac{\text{zysk/strata netto}}{\text{kapitał własny}}$	%	4,57	2,07

WSKAŹNIKI FINANSOWANIA I PŁYNNOŚCI



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Wskaźniki finansowania

		<u>2013</u>	<u>2012</u>
- stopa zadłużenia	$\frac{\text{suma zob. długo i krótkoterm.}}{\text{suma pasywów}}$	0,41	0,45
- szybkość obrotu zobowiązań	$\frac{\text{przec. stan zobowiązań krótkoterm. x 365 dni}}{\text{koszty działalności operacyjnej}}$	128	146
- pokrycie majątku trwałego kapitałem własnym	$\frac{\text{kapitał własny + rezerwy}}{\text{aktywa trwałe}}$	0,72	0,66

Wskaźniki płynności

- płynności I	$\frac{\text{aktywa obrotowe ogółem}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	1,02	0,65
- płynności II	$\frac{\text{aktywa obrotowe ogółem - zapasy}}{\text{zobowiązania krótkoterminowe}}$	0,52	0,35



makarony.pl

PODSUMOWANIE

Rok 2013 był dobrym rokiem dla Grupy Makarony Polskie, rokiem budowy podstaw dla dynamicznego rozwoju w latach następnych

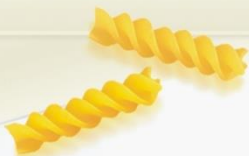
Zakończono proces restrukturyzacji na płaszczyźnie organizacyjnej, finansowej i marketingowej

Rok 2014 będzie okresem wzrostu wartości Grupy Makarony Polskie dla akcjonariuszy



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ