



12 maja 2011 r.

24-procentowy wzrost sprzedaży Grupy Makarony Polskie Wyniki pod presją wzrostu cen surowców

W I kwartale 2011 r. Grupa Makarony Polskie osiągnęła blisko 24-procentowy wzrost sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku. Przychody ze sprzedaży wzrosły w tym okresie do blisko 51 mln zł z 41,1 mln zł w I kw. 2010 r. Grupa zanotowała wzrost sprzedaży we wszystkich kategoriach produktów.

W I kwartale 2011 r. wzrost sprzedaży makaronu wyniósł 10,2%, a wzrost sprzedaży w kategorii m.in. dań gotowych, dżemów, konserw wyniósł 56,4%.

Wyniki osiągnięte przez Grupę Makarony Polskie w I kw. 2011 r. są zgodne z prognozą przyjętą przez Grupę Makarony Polskie na 2011 rok.

Wynik netto Grupy po I kwartale 2011 r. wyniósł 783 tys. zł straty, co jest konsekwencją wysokich cen mąki – głównego surowca w produkcji makaronu, które utrzymują tendencję wzrostową od II połowy 2010 r. Wdrożone w IV kw. 2010 roku podwyżki cen produktów pozwoliły zrekompensować wzrosty cen surowców zanotowany w ub. R. Dalsze wzrosty kosztów mąki o ok. 15% w I kw. 2011 wymusiły wprowadzenie kolejnych podwyżek cen produktów w

Obserwujemy wysoki, ponad 20-procentowy wzrost sprzedaży naszych produktów. Zgodnie z przewidywaniami, mimo bardzo dobrych danych sprzedażowych w I kwartale 2011 r. zanotowaliśmy ujemny wynik finansowy netto. Prognozy zostały przygotowane w okresie, kiedy dostępne były informacje o wzrostach cen surowców i zostały uwzględnione w prognozie na cały rok. Plan zakłada osiągnięcie wyniku netto na poziomie 6,5 mln zł – wzrost o 104% w stosunku do 2010 roku. Zagrożeniem dla realizacji naszych tegorocznych planów finansowych mógłby być dalszy istotny wzrost cen pszenicy w



okresie kolejnych kwartałów 2011. Jest to jednak mniej prawdopodobne w kontekście niższych o ponad 20% cen pszenicy w kontraktach terminowych na dostawy zboża po żniwach – skomentował Paweł Nowakowski, Prezes Zarządu Makarony Polskie S.A.

Makarony Polskie S.A. to jeden z największych i najbardziej dynamicznie rozwijających się producentów makaronu w Polsce. Spółka jest właścicielem czterech marek makaronów: Abak, Sorenti, Makaron Staropolski oraz Solare. Posiada 3 zakłady produkcyjne – w Rzeszowie, Częstochowie i Płocku. Od kwietnia 2007 r. notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Spółka Makarony Polskie S.A. realizuje strategię budowy grupy kapitałowej działającej w atrakcyjnych segmentach rynku artykułów spożywczych, dążąc do osiągnięcia pozycji jednego z największych podmiotów tej branży. Od 2007 r. w skład grupy wchodzi Stoczek Sp. z o. o. - jeden z czołowych producentów dań gotowych, konserw warzywno – mięsnych, sosów i dżemów w Polsce. W lutym 2011 r. zawarta została umowa nabycia zorganizowanej części przedsiębiorstwa Tenczynek.