



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Grupa Makarony Polskie

Wyniki finansowe za I kwartał 2011 roku

Warszawa, 12 maja 2011 roku

✦ Grupę Makarony Polskie tworzą:

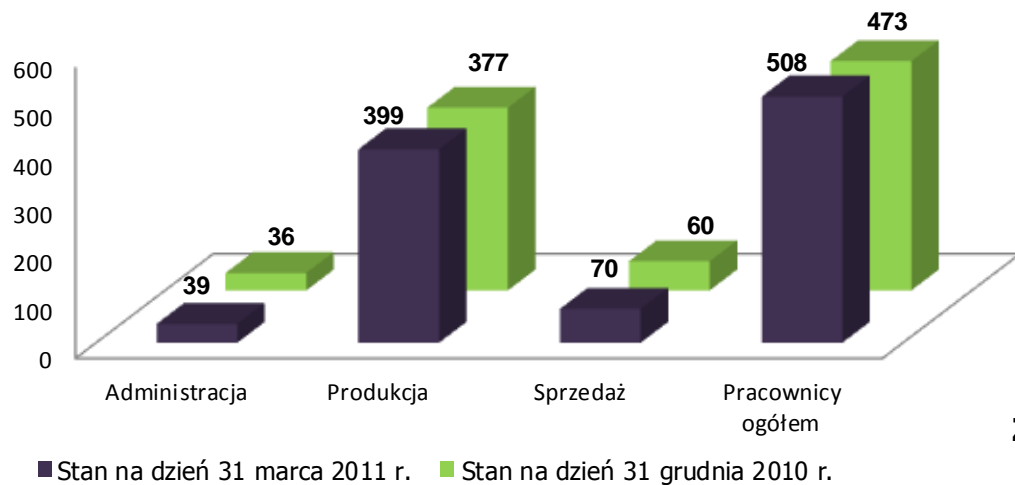
- ✦ Makarony Polskie S.A. (produkcja: Rzeszów, Płock, Częstochowa)
- ✦ Stoczek Sp. z o.o. (produkty marki Tenczynek będą wytwarzane w Stoczku Łukowskim)



Zatrudnienie w Grupie Makarony Polskie

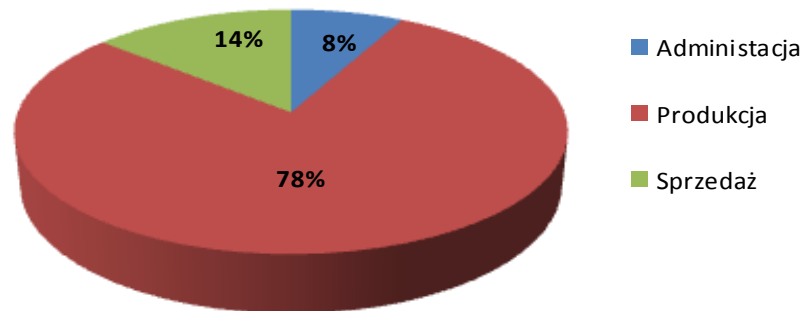


Struktura zatrudnienia w Grupie Makarony Polskie S.A.



Zatrudnienie w Grupie Makarony Polskie

stan na dzień 31 marca 2011r.



Kluczowe marki oferowane przez Grupę Makarony Polskie:



- ✦ włoski ekspert firma Gusti d' Italia gwarantem jakości Sorenti
- ✦ makaron produkowany w 100% z pszenicy durum
- ✦ sosy do makaronu **Sorenti**

- ✦ Makaron produkowany metodą tradycyjną.



Dania gotowe, dżemy, smalce i pasztety. Wszystkie produkty powstają na bazie wyłącznie naturalnych, wyselekcjonowanych składników, bez krzty środków konserwujących, sztucznych barwników i aromatów, dzięki czemu są nie tylko pyszne, ale i zdrowe.

- ✦ Dżemy, powidła, konfitury, marynaty, sałatki, przetwory warzywne, soki. Produkty marki Tenczynek powstają na bazie naturalnych składników, bez konserwantów i sztucznych dodatków dzięki czemu smakują tak jak dawniej.





MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

1. MAKARONY



Wstążki szerokie
Wstążki wąskie



Świdry
Świderki
Pióra



Kolanka
Muszelki
Łazanki



Spaghetti 25 cm
Spaghetti 50 cm

2. SOSY



Sos Bolognese, Sos Napoli, Sos Arrabbiata



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Dżemy, powidła i
marmolady



Konfitury oraz dodatki
do mięs i serów



Przetwory warzywne

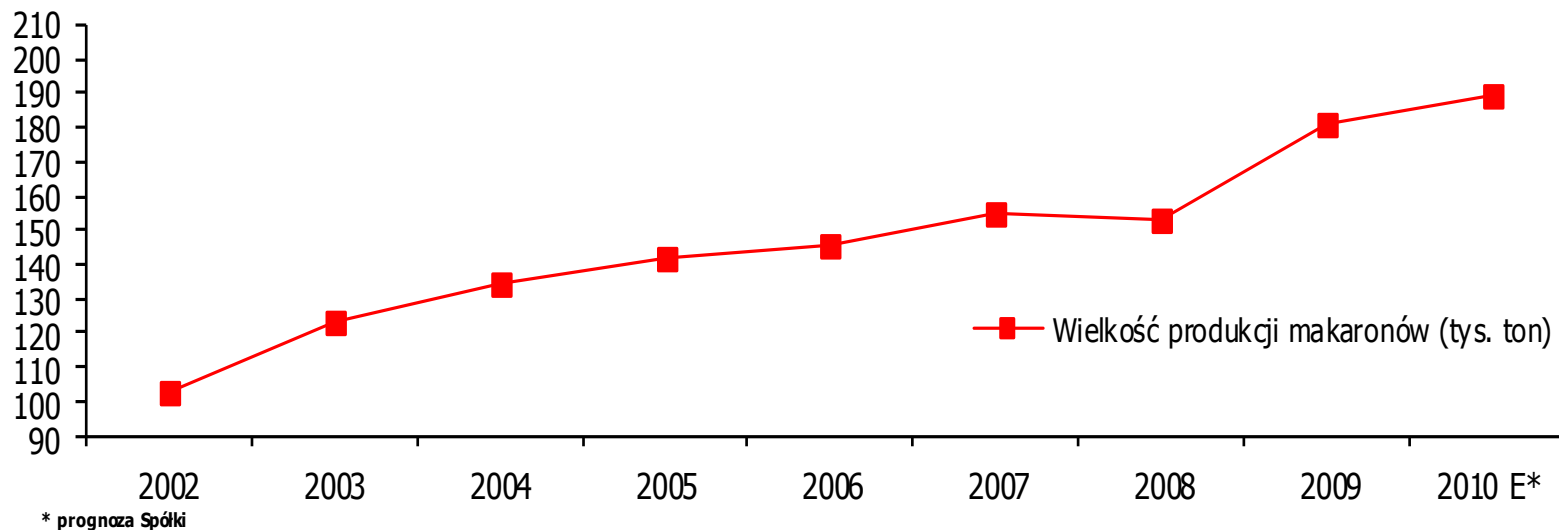


Syropy



sałatki i marynaty

- ✦ Na podstawie danych o produkcji przedsiębiorstwa o zatrudnieniu powyżej 50 osób w okresie I-III 2011 roku wielkość produkcji makaronu w Polsce wyniosła **40,5 tys. ton** co stanowi wzrost o **10,6 %** do analogicznego okresu 2010 roku /wg danych GUS,2010/
- ✦ średnio ok. 4,7 kg makaronu rocznie /wg danych GUS, 2010/
- ✦ ciągły wzrost konsumpcji na skutek zmieniających się preferencji żywieniowych Polaków 4%-5% rocznie
- ✦ duży potencjał wzrostu – spożycie makaronu w innych krajach Europy

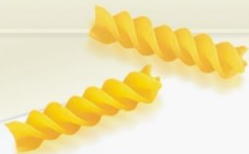


* prognoza Spółki

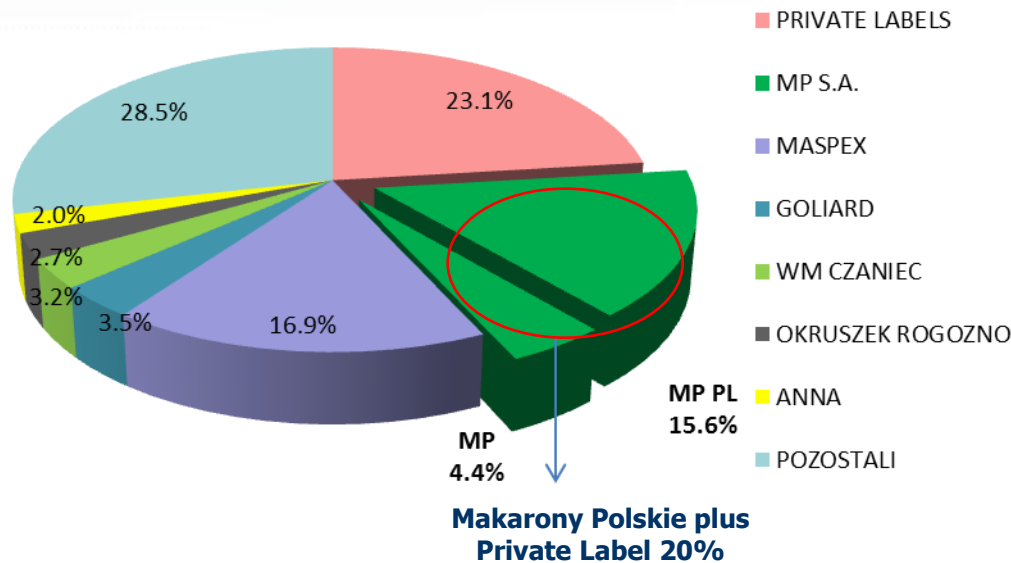


MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



Rynek makaronu

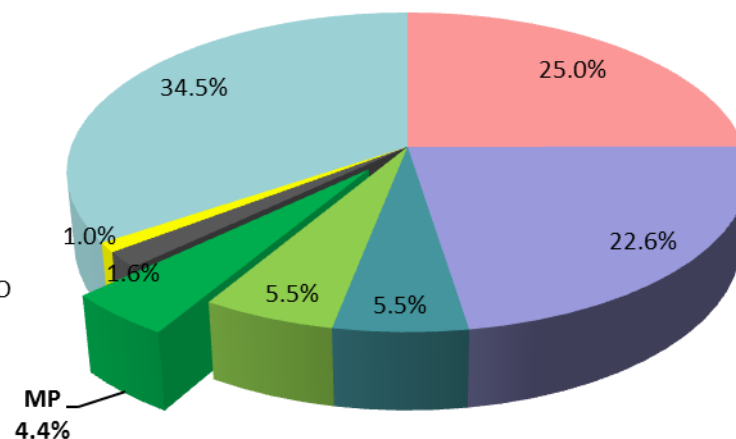


Źródło: Nielsen udziały ilościowo, XII.2010-III.2011

Wg danych Nielsen udział w rynku produktów pod markami Spółki stanowił 4,4% ilościowo i 4,4 % wartościowo zapewniając drugą pozycję na rynku.

W okresie XII.2010-III.2011 rynek makaronów ważył 29 498 tys ton i był wart 51 726.5 mln PLN.

Z szacunków danych Spółki wynika, że udział w rynku Makaronów Polskich stanowi 5.4%.



Źródło: Nielsen udziały wartościowo, XII.2010-III.2011

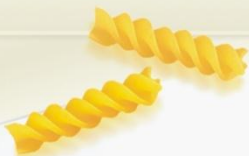
Sprzedaż MP	IQ 2010	IQ 2011	Zmiana%
Produkty makaronowe markowe	7,4	8,0	8,1%
Produkty makaronowe pod markami MP i PL	24,2	27,7	14,5%

dane w mln. zł

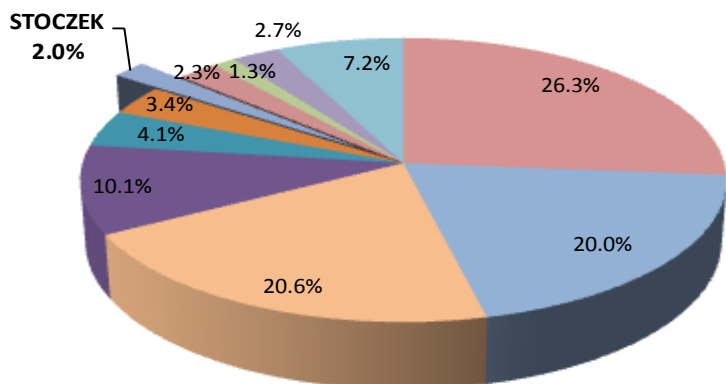


MAKARONY
POLSKIE

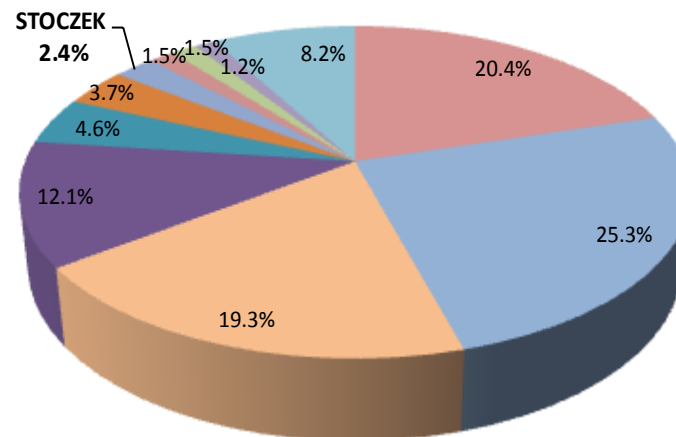
makarony.pl



Rynek dań gotowych



Źródło: Nielsen udziały ilościowo, XII.2010-III.2011



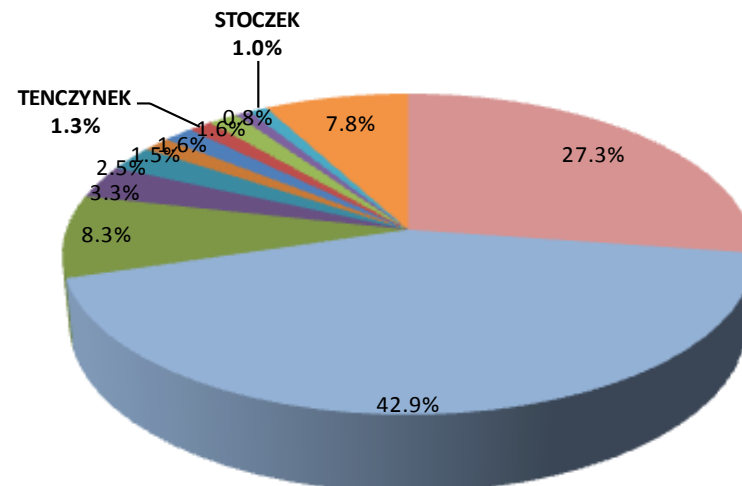
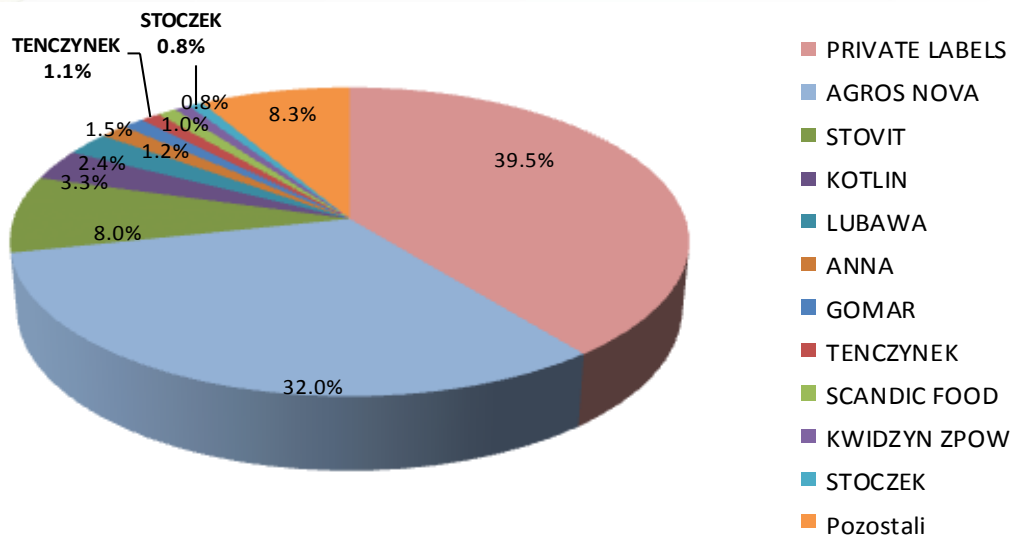
Źródło: Nielsen udziały wartościowo, XII.2010-III.2010

Sprzedaż ST	IQ 2010	IQ 2011	Zmiana%
Produkty markowe w zakresie dań gotowych i przetworów warzywno-mięsnych	2,8	2,1	-25%

dane w mln. zł

Wg danych NIELSEN udział w rynku produktów pod marką Stoczek stanowi 2,0 % ilościowo i 2,4% wartościowo.

W okresie XII.2010-III.2011 rynek dań gotowych ważył 11 449 tys ton i był wart 10 644 mln PLN. /wg danych NIELSEN/



Źródło: Nielsen udziały ilościowo, XII.2010-III.2011

Źródło: Nielsen udziały wartościowo, XII.2010-III.2011

Wg danych NIELSEN udział w rynku produktów:

- pod marką Stoczek stanowi 0,8% ilościowo i 1,0% wartościowo;
- pod marką Tenczynek stanowi 1,1% ilościowo i 1,3% wartościowo.

W okresie XII.2010-III.2011 rynek dżemów ważył 7 767 tys ton i był wart 73 478 tys. zł /wg danych NIELSEN/

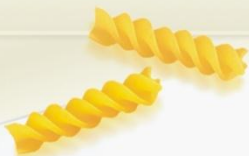
Sprzedaż ST	IQ 2010	IQ 2011	Zmiana%
Dżemy, powidła i marmolady	279,5	625,3	+124%

dane w tys. zł



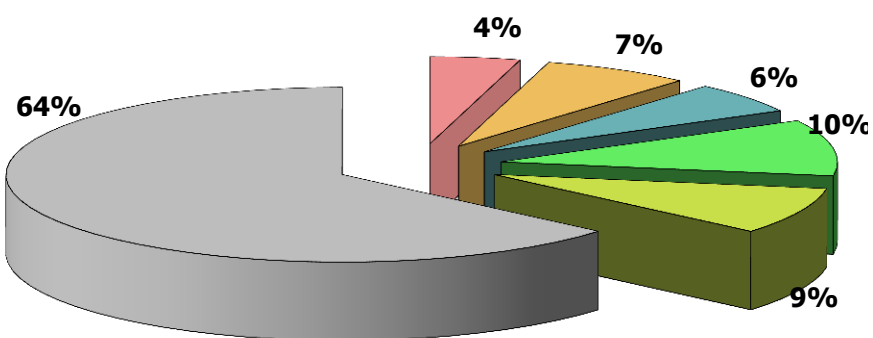
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl



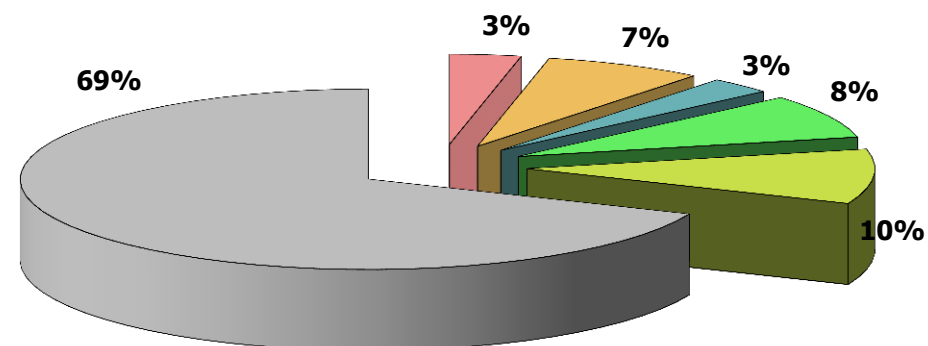
Struktura sprzedaży (bez surowców)

I Q 2010



■ Solare ■ Sorenti ■ Makaron Staropolski ■ Stoczek ■ Abak ■ pozostałe

I Q 2011



■ Solare ■ Sorenti ■ Makaron Staropolski ■ Stoczek ■ Abak ■ pozostałe

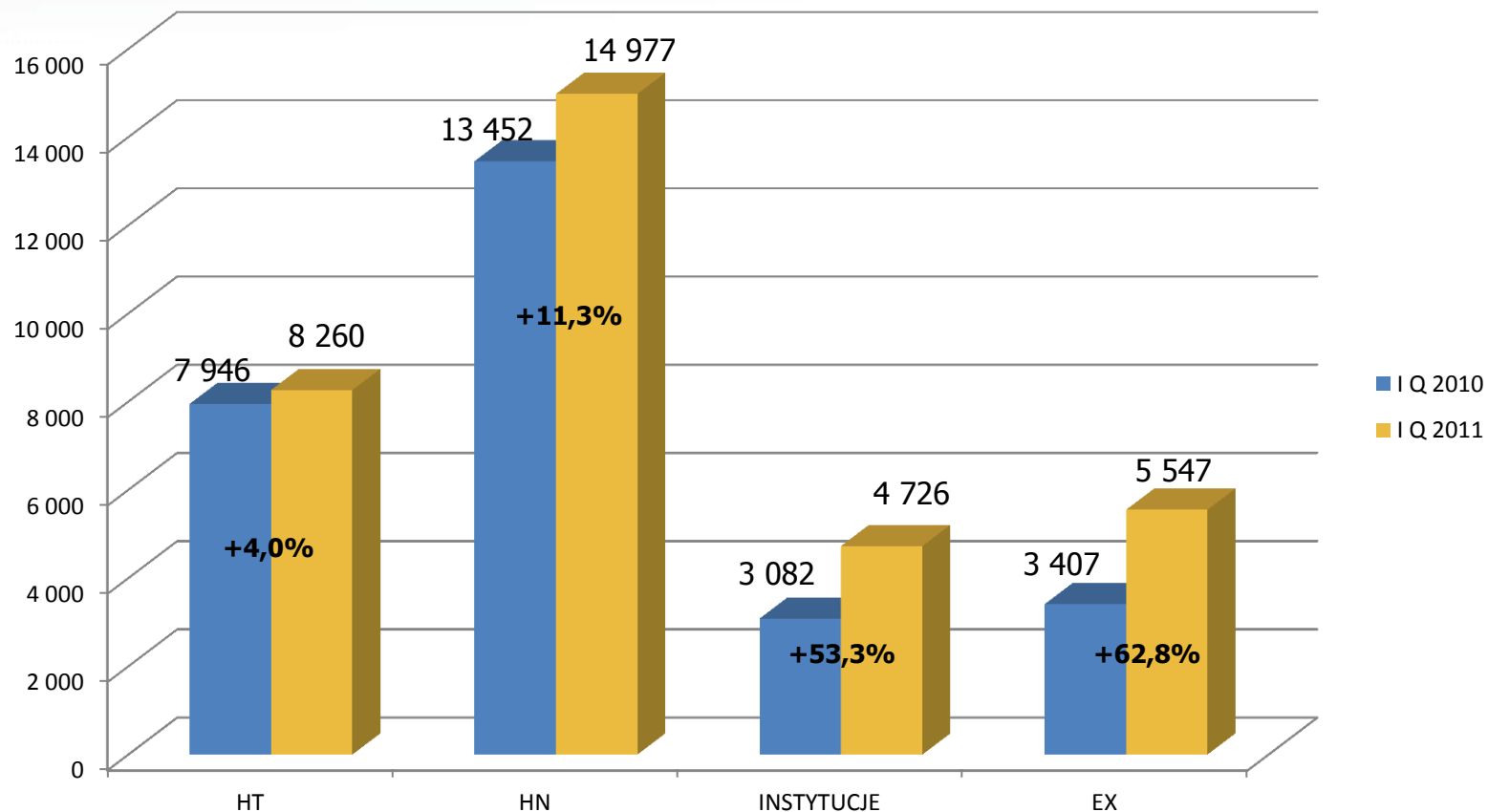
- Przychody ze sprzedaży produktów markowych w IQ 2011 roku wyniosły 10,4 mln zł w stosunku do IQ 2010 roku, co stanowi wzrost o 1,4%.
- Przychody ze sprzedaży produktów markowych w zakresie dań gotowych, przetworów warzywno-mięsnych i owocowych w 1Q 2011 roku wyniosły 2,8 mln i były niższe o 0,4 mln zł tj. o 11% w porównaniu do IQ 2010 roku.



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Sprzedaż Grupy Makarony Polskie



Łącznie sprzedaż Makaronów Polskich wzrosła o 23,9 % w IQ 2011 roku do poziomu 51 mln zł.

Wzrost sprzedaży produktów markowych oraz w segmencie private label w IQ 2011 roku wyniósł 17,3%

Sprzedaż Grupy Makarony Polskie w okresie IQ 2011 roku

Sprzedaż w tys. PLN	IQ 2010	IQ 2011	zmiana w %
Makarony	24 196	26 675	10,2%
Dania gotowe, dżemy, konserwy, inne produkty i towary	4 370	6 836	56,4%
Sprzedaż surowców	12 593	17 474	38,8%
Razem	41 159	50 985	23,9%

dane w tys. zł



MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

Grupa Makarony Polskie	I Q 2010	I Q 2011	zmiana w %
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	41 159	50 985	24%
Koszt sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów	36 415	41 061	13%
Zysk brutto ze sprzedaży	4 744	9 924	109%
Koszty sprzedaży	3 904	4 388	12%
Koszty zarządu	1 327	1 363	3%
Amortyzacja	1 348	1 555	15%
EBITDA	3 105	2 633	-15%
EBIT	1 757	1 078	-39%
zysk brutto	1 017	167	-84%
zysk netto	941	-783	-183%
Rentowność EBIT	4.27%	2.11%	
Rentowność EBITDA	7.54%	5.16%	
Rentowność netto sprzedaży	2.29%	-1.54%	

		31 marca 2010 roku	31 marca 2011 roku	Zmiana %
A.	AKTYWA TRWAŁE	90 620	90 414	-0.2%
1.	Rzeczowe aktywa trwałe	77 912	77 748	-0.2%
2.	Inne wartości niematerialne	5 946	5 946	0.0%
3.	Wartość firmy	4 990	4 990	0.0%
4.	Długoterminowe aktywa finansowe	394	394	0.0%
5.	Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 186	1 135	-4.3%
6.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	192	201	4.7%
B.	AKTYWA OBROTOWE	41 586	68 149	63.9%
1.	Zapasy	11 287	34 510	205.7%
2.	Należności krótkoterminowe	29 101	30 915	6.2%
3.	Należności z tytułu podatku dochodowego	196	320	63.3%
4.	Udzielone pożyczki	101	162	60.4%
5.	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	363	340	-6.3%
6.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	538	1 902	253.5%
C.	AKTYWA TRWAŁE PRZEZNACZONE DO ZBYCIA	-	3 985	
	SUMA AKTYWÓW	132 206	162 548	23.0%

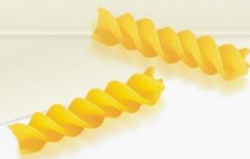
Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

	31 marca 2010 roku	31 marca 2011 roku	Zmiana %
KAPITAŁ WŁASNY	61 242	64 516	5.35%
Kapitał podstawowy	27 750	27 750	%
Pozostałe kapitały	31 537	33 839	7.30%
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	- 243	- 243	
Zysk netto	2 198	3 170	44.22%
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	30 012	27 303	-9.03%
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	705	1 230	74.47%
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	19 570	16 630	-15.02%
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne(długoterminowe)	184	257	39.67%
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	9 213	7 550	-18.05%
Długoterminowe zobowiązania z tytułu umów leasingu finansowego	340	1 636	381.18%
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	26 709	40 387	51.21%
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	2 639	9 320	253.16%
Krótkoterminowe zobowiązania finansowe (z tytułu leasingu i factoringu)	3 788	2 597	-31.44%
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	18 434	26 521	43.87%
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 720	1 720	
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	71	132	85.92%
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	57	97	70.18%
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	56 721	67 690	19.34%
SUMA PASYWÓW	117 963	132 206	12.07%



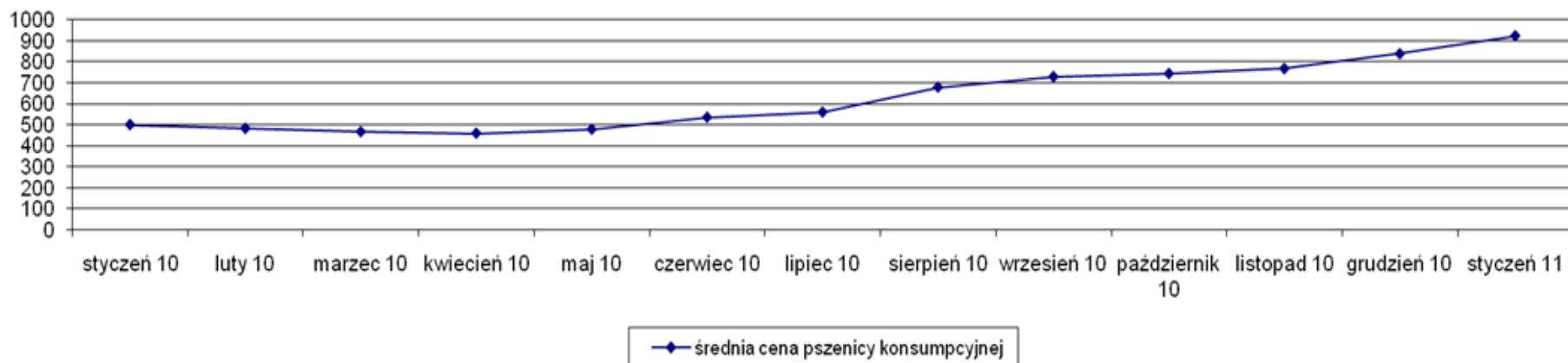
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

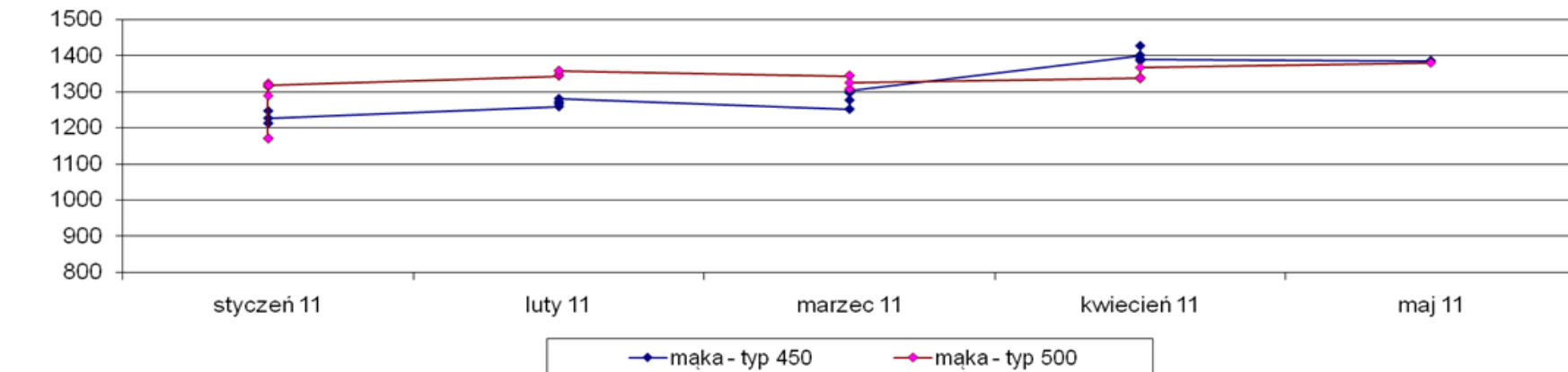


Ceny pszenicy i mąki

średnia cena pszenicy konsumpcyjnej



Średnie ceny sprzedaży mąki (pszenna piekarnicza luzem)





MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

Najważniejsze wydarzenia IQ 2011 roku

1. „Kryzys surowcowy”

W II poł. 2010 r. miał miejsce gwałtowny wzrost cen surowców na niespotykaną dotychczas skalę. Cena najważniejszego surowca: mąki makaronowej wzrosła o ok. 70% powodując negatywny wpływ na wynik 2010 r. Negatywne tendencje występowały również w I kwartale 2011 roku wpływając negatywnie na wyniki tego okresu.

2. Procesy akwizycji

- ❑ Finalizacja inwestycji w Tenczynek w lutym 2011 w ramach procesu rozpoczętego w 2010 roku
- ❑ Działania zmierzające do połączenia z MISPOL – w związku z istotnymi zmianami wewnętrznymi w spółkach MISPOL S.A. i Makarony Polskie spółki zgodnie podjęły decyzję o rozwiązaniu umowy

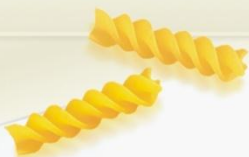
3. Wzrost sprzedaży w Grupie

- ❑ Wzrost sprzedaży w Grupie związany z realizacją nowych umów

Wykonanie planu po IQ 2011



makarony.pl



Grupa Makarony Polskie	Prognoza 2011 rok	I kwartał 2011 roku	Realizacja
Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów	216 550	50 985	23,54%
Zysk brutto ze sprzedaży	36 500	9 924	27,19%
EBITDA	14 240	2 633	18,49%
EBIT	9 420	1 078	11,44%
Wynik netto	6 480	- 783	-

Czynniki wpływające na przyszłe wyniki



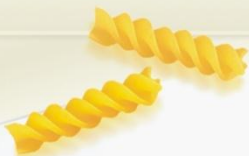
MAKARONY
POLSKIE

makarony.pl

1. Sprawne rozszerzenie oferty produktowej oraz realizacja planów marketingowych, w szczególności skuteczne uruchomienie produkcji i wprowadzenie do sprzedaży produktów pod marką Tenczynek.
2. Rozwój struktur sprzedażowych i pozyskanie nowych rynków zbytu.
3. Wahania cen strategicznych surowców i zdolność do szybkiego przeniesienia wzrostu kosztów produkcji na ceny produktów Grupy.
4. Realizacja projektów akwizycyjnych.



makarony.pl



Grupa Makarony Polskie

Dziękujemy za uwagę