

## KOMISJA NADZORU FINANSOWEGO

Raport bieżący nr

13

/

2010

Data sporządzenia: 2010-03-25

Skrócona nazwa emitenta  
MAKARONY POLSKIE S.A.

Temat

Strategia Grupy Makarony Polskie na lata 2010-2012/The strategy for Makarony Polskie Group for 2010-2012

Podstawa prawna

Art. 56 ust. 1 pkt 1 Ustawy o ofercie - informacje poufne

Treść raportu:

Zarząd Makarony Polskie S.A. przekazuje do publicznej wiadomości strategię Grupy Makarony Polskie na lata 2010-2012. Strategia została pozytywnie zaopiniowana przez Radę Nadzorczą.

Strategia została zbudowana przy założeniu realizacji misji Grupy:

"Chcemy być najlepsi w dostarczaniu wysokiej jakości smacznych i zdrowych produktów".

Strategiczne kierunki rozwoju w latach 2010-2012 to:

- Konsekwentne umacnianie pozycji w segmencie makaronów, przetworów warzywnych i owocowych oraz rozwój komplementarnych kategorii artykułów spożywczych,
- Zapewnienie kompleksowej współpracy z partnerami handlowymi poprzez oferowanie produktów pod markami należącymi do Grupy, jak też w segmencie private label,
- Rozwój oferty produktowej z zapewnieniem synergii w zakresie zaopatrzenia surowcowego, produkcji, dystrybucji i marketingu,
- Rozwój struktur sprzedaży i dystrybucji numerycznej na polskim rynku oraz zwiększenie sprzedaży eksportowej,
- Budowanie przewagi technologicznej i produkcyjnej poprzez inwestycje w innowacyjne rozwiązania oraz automatyzację i skalę działalności,
- Zapewnienie rozwoju organicznego na poziomie co najmniej 20% rocznie oraz aktywne podejście do akwizycji, traktowanych jako ważny element wspomagający rozwój i ułatwiający osiągnięcie założonych celów strategicznych.

Strategicznym celem Grupy Makarony Polskie jest osiągnięcie i utrzymanie pozycji w pierwszej trójce największych dostawców poszczególnych kategorii produktów lub co najmniej 10% udział w polskim rynku.

Strategia przewiduje poszerzenie oferty o produkty wytwarzane na bazie surowców roślinnych (zboż, warzyw, owoców), które są elementami zdrowej diety oraz są łatwe i szybkie w przygotowaniu.

Nowe marki i produkty Grupy Makarony Polskie będą tworzone w ramach asortymentu, a także pozyskiwane przez akwizycję.

Ewentualne akwizycje ukierunkowane będą na wspomaganie rozwoju Grupy w strategicznych obszarach, tj. rynek makaronów, dań gotowych oraz nowych kategorii produktów wytwarzanych na bazie zboż, warzyw i owoców.

Przewidywane formy dofinansowania rozwoju rozpatrywane będą w kontekście maksymalizacji wyniku na 1 akcję. Rozwój organiczny Spółka zamierza finansować ze środków własnych, natomiast dopuszcza emisję akcji lub obligacji zamiennych w przypadku realizacji akwizycji.

Bezpieczeństwo płynności ma zapewnić utrzymanie zobowiązań oprocentowanych na poziomie maksymalnie 50% kapitałów własnych i nie więcej niż trzykrotność EBITDA. Grupa Makarony Polskie w dalszym ciągu zamierza aktywnie wykorzystywać środki z dotacji.

Strategia przewiduje osiągnięcie następujących celów finansowych w 2012 roku:

- co najmniej 300 mln zł przychodów w 2012 roku w stosunku do 117 551 tys. zł w roku 2009
- osiągnięcie w 2012 roku 50% przychodów ze sprzedaży produktów markowych poprzez rozwój sieci sprzedaży oraz zwiększenie nakładów na komunikację
- systematyczna poprawa rentowności netto sprzedaży z 2% w 2009, przez 3% w 2010r., do 4% w roku 2012
- wzrost wartości EBITDA z 8% w 2009r., do 10% w 2010r., do 12% w roku 2012

Szczegółową prezentację dotyczącą strategii Grupy Makarony Polskie na lata 2010-2012 przekazujemy w załączeniu.

Zastrzeżenie:

Prognozy i zapowiedzi zawarte w niniejszym raporcie są oparte na szeregu założeń oraz na szacunkach, które mimo iż uznawane przez Zarząd Makarony Polskie S.A. za wiarygodne, są zależne od okoliczności i warunków

Komisja Nadzoru Finansowego

biznesowych, operacyjnych, ekonomicznych i rynkowych, z których wiele pozostaje poza kontrolą Grupy Makarony Polskie. Faktyczne wyniki mogą różnić się od przewidywanych.

## Załączniki

| Plik                             | Opis                                               |
|----------------------------------|----------------------------------------------------|
| Strategia Grupy MP 2010-2012.pdf | Strategia Grupy makarony Polskie na lata 2010-2012 |

**MESSAGE (ENGLISH VERSION)**

The Management Board of Makarony Polskie S.A. communicates to the public the strategy for Makarony Polskie Group for 2010-2012. The strategy has been positively reviewed by the Supervisory Board.

The strategy has been constructed in accordance with the assumption of the Group's mission fulfilment: "We want to be the best among suppliers of high quality, tasty and healthy products".

Strategic directions of development in 2010-2012 include:

- Consistent consolidation of the position in the following market segments: pasta, vegetable and fruit preserves, as well as development of complementary categories of food products;
- Ensuring complex cooperation with commercial partners by offering products under brand names belonging to the Group, as well as in the private label segment;
- Development of product offer while assuring the synergy in the scope of raw material supply, production, distribution and marketing;
- Development of sales structures and numeric distribution in the Polish market, and increase in export sales;
- Construction of technological and production superiority by means of investments in innovative solutions, automation, and the scale of business;
- Ensuring organic growth at the minimum annual level of 20%, as well as active approach to acquisitions, treated as a significant element promoting development and enabling the achievement of the assumed strategic goals.

The strategic goal of Makarony Polskie Group includes achieving and sustaining the position in the group of top three largest suppliers in the specific product categories, or at least 10% share in the Polish market.

The strategy assumes expansion of the offer to include products based on plant raw materials (cereals, vegetables, fruits), which are an element of healthy diet, and are easy and quick to cook. New brand names and products of Makarony Polskie Group will be created by developing the product range, as well as obtained by acquisition.

Possible acquisitions will aim at contributing to the growth of the Group in the strategic areas, i.e. market of pasta, ready-made dishes and new categories of products based on cereals, vegetables and fruits.

Predicted forms of development financing will be investigated in the context of result maximization of the 1st share.

The Company plans to finance the organic development from its own funds, while the issuance of shares or convertible bonds will be accepted in case of acquisitions.

Fluidity is to be safeguarded by limiting interest bearing liabilities at the maximum level of 50% of equity, and no higher than the triple value of EBIDTA. Makarony Polskie Group intends to continue active application of subsidy funds.

The Strategy assumes the following financial goals for 2012:

- the minimum of 300 million PLN in revenues in 2012 in comparison to 117,551 thousand PLN in 2009;
- reaching, by 2012 the level of 50% of revenues from sales of brand products by means of the development of sales networks and increasing communication expenditure;
- systematic improvement of profitability, from 2% in 2009, through 3% in 2010, to 4% in 2012;
- the increase in EBIDTA value from 8% in 2009, to 10% in 2010 and 12% in 2012.

Detailed presentation related to the Makarony Polskie Group strategy for 2010-2012 is enclosed.

Reservation:

RESERWACJA:

Forecasts and predictions included herein are based on a number of assumptions and estimates, which, although considered by the Management Board of Makarony Polskie S.A. to be reliable, depend on business, operational, economic and market circumstances and conditions, many of which are beyond control of Makarony Polskie Group. Actual results may differ from the predicted.

|                                 |                                       |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| MAKARONY POLSKIE SPÓŁKA AKCYJNA |                                       |
| (pełna nazwa emitenta)          |                                       |
| MAKARONY POLSKIE S.A.           | Spożywczy (spo)                       |
| (skrótowa nazwa emitenta)       | (sektor wg. klasyfikacji GPW w W-wie) |
| 35-082                          | Rzeszów                               |
| (kod pocztowy)                  | (miejscowość)                         |
| Podkarpacka                     | 15                                    |
| (ulica)                         | (numer)                               |
| 017 8753010                     | 017 8753011                           |
| (telefon)                       | (fax)                                 |
| biuro@makarony.pl               | www.makarony.pl                       |
| (e-mail)                        | (www)                                 |
| 8133278856                      | 691674708                             |
| (NIP)                           | (REGON)                               |

#### PODPISY OSÓB REPREZENTUJĄCYCH SPÓŁKĘ

| Data       | Imię i Nazwisko  | Stanowisko/Funkcja | Podpis |
|------------|------------------|--------------------|--------|
| 2010-03-25 | Paweł Nowakowski | Prezes Zarządu     |        |
| 2010-03-25 | Krzysztof Rubak  | Wiceprezes Zarządu |        |