



GRUPA KAPITAŁOWA MAKARONY POLSKIE

**SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE
ZA III KWARTAŁ 2007 ROKU SPORZĄDZONE ZGODNIE
Z MIĘDZYNARODOWYMI STANDARDAMI SPRAWOZDAWCZOŚCI
FINANSOWEJ**

RZESZÓW, 14 LISTOPADA 2007 ROKU

I. Dane finansowe

BILANS GRUPY KAPITAŁOWEJ MAKARONY POLSKIE

AKTYWA	<i>Grupa Kapitałowa Makarony Polskie</i>	<i>Grupa Kapitałowa Makarony Polskie</i>	<i>Makarony Polskie S.A.</i>
	30 września 2007 roku	30 czerwca 2007 roku	31 grudnia 2006 roku
A. AKTYWA TRWAŁE (długoterminowe)	55 882	55 586	20 687
1. Rzeczowe aktywa trwałe	50 014	49 512	19 371
2. Wartość firmy	4 422	4 422	
3. Inne wartości niematerialne	135	159	75
4. Długoterminowe aktywa finansowe			1 220
5. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 281	1 463	21
6. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	30	30	
B. AKTYWA OBROTOWE (krótkoterminowe)	27 595	31 855	8 075
1. Zapasy	6 352	5 382	2 520
2. Należności z tytułu dostaw i usług	12 470	9 754	3 782
3. Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	304	213	159
4. Pozostałe należności	596	2 587	437
5. Udzielone pożyczki			200
6. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	6 718	12 157	197
7. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 155	1 762	780
SUMA AKTYWÓW	83 477	87 441	28 762
PASYWA			
A. KAPITAŁ WŁASNY PRZYPADAJĄCY NA AKCJONARIUSZY SPÓŁKI	58 272	58 295	18 792
1. Kapitał podstawowy	26 756	26 756	12 549
2. Kapitał zapasowy	29 378	29 136	4 374
3. Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	45	45	47
4. Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej	2 093	2 358	1 822
I. ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	8 001	7 782	1 559
1. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	218	77	10
2. Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	6 067	6 158	301
3. Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	81	81	37
4. Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	974	1 000	1 050
5. Długoterminowe zobowiązania z tytułu leasingu finansowego	661	466	161
II. ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	17 204	21 364	8 411
1. Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	3 230	3 291	3 666
2. Zobowiązania finansowe z tytułu leasingu	399	653	115
3. Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	12 812	15 720	4 490
4. Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	102	102	104
5. Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	12	28	36
6. Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	649	1 570	
B. ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	25 205	29 146	9 970
SUMA PASYWÓW	83 477	87 441	28 762

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT GRUPY KAPITAŁOWEJ MAKARONY POLSKIE

Działalność kontynuowana	<i>Grupa Kapitałowa Makarony Polskie</i>	<i>Grupa Kapitałowa Makarony Polskie</i>	<i>Makarony Polskie S.A.</i>	<i>Makarony Polskie S.A.</i>
ZA OKRES	01.01.2007- 30.09.2007	01.07.2007- 30.09.2007	01.01.2006- 30.09.2006	01.07.2006- 30.09.2006
Przychody ze sprzedaży	60 261	22 043	38 982	12 419
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	33 986	16 235	21 311	7 727
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	26 275	5 808	17 671	4 692
Koszt własny sprzedaży	48 602	18 435	32 068	9 667
Koszt wytworzenia sprzedanych produktów i usług	28 626	13 596	16 179	5 991
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	19 976	4 839	15 889	3 676
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	11 659	3 608	6 914	2 752
Koszty sprzedaży	6 489	3 068	2 376	884
Koszty ogólnego zarządu	2 619	1 327	1 780	677
Pozostałe przychody operacyjne	273	133	41	24
Pozostałe koszty operacyjne	794	- 856	147	5
Zysk z działalności kontynuowanej	2 030	202	2 652	1 210
Przychody finansowe	1 432	60	88	43
Koszty finansowe	572	295	346	128
Zysk (strata) brutto	2 890	- 33	2 394	1 125
Podatek dochodowy- część bieżąca	507	- 90	447	217
Podatek dochodowy- część odroczone	290	323	9	
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	2 093	- 266	1 938	908

RACHUNEK PRZEPIŹYWÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY KAPITAŁOWEJ MAKARONY POLSKIE – METODA POŚREDNIA

	30 września 2007 roku	30 września 2006 roku
	<i>Grupa Kapitałowa Makarony Polskie</i>	<i>Makarony Polskie S.A.</i>
Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
Zysk/ strata netto	2 093	1 938
Korekty o pozycje:		
Amortyzacja	1 777	1 015
Zyski/ straty z tytułu różnic kursowych	14	
Koszty i przychody z tytułu odsetek	103	29
Zysk/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	13	
Zmiana stanu rezerw	827	206
Zmiana stanu zapasów	- 1 421	153
Zmiana stanu należności	- 6 531	-4 349
Zmiana stanu zobowiązań i rozliczeń międzyokresowych	4 132	4 883

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie
Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za III kwartał 2007 roku (w tysiącach złotych)

Inne korekty	- 1 089	
Przeplwy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	- 80	3 875
Przeplwy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej	-	
Wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	36	
Wpływy z tytułu odsetek	2	88
Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	7 866	1 282
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych i stowarzyszonych	17 875	
Inne	250	
Przeplwy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	- 25 452	-1 193
Przeplwy środków pieniężnych z działalności finansowej	-	
Wpływy z kredytów i pożyczek	1 033	350
Wpływy netto z emisji akcji, obligacji, weksli, bonów	43 257	
Spłata kredytów i pożyczek	11 811	1 865
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	248	
Zapłacone odsetki	415	117
Inne	218	1 185
Przeplwy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	32 033	-447
Zwiększenie/ zmniejszenie stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych	6 502	2 235
Środki pieniężne, ekwiwalenty środków pieniężnych oraz kredyty w rachunku bieżącym na początek okresu	216	61
Zyski/straty z tytułu różnic kursowych dotyczące wyceny środków pieniężnych, ekwiwalentów środków pieniężnych oraz kredytów w rachunku bieżącym	-	
Środki pieniężne, ekwiwalenty środków pieniężnych oraz kredyty w rachunku bieżącym na koniec okresu	6 718	2 296

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM GRUPY KAPITAŁOWEJ

	Kapitał podstawowy	Kapitał zapasowy	Zysk/strata roku bieżącego	Zysk/strata z lat ubiegłych	Razem
Stan na 1 stycznia 2007 roku	12 549	4 374		1 869	18 792
Emisja kapitału akcyjnego	14 207	24 423			38 630
Koszty emisji akcji		-1 489			-1 489
Podział zysku		1 822		-1 822	
Nabycie spółki zależnej					
Zysk za III kwartały 2007 roku			2 09		2 093
Inne zmiany w kapitale		248		-2	246
Stan na 30 września 2007 roku	26 756	29 378	1 861	45	58 272

	Kapitał podstawowy	Kapitał zapasowy	Zysk/strata roku bieżącego	Zysk/strata z lat ubiegłych	Razem
Stan na 1 stycznia 2006 roku	12 549	4 338		63	16 950
Emisja kapitału akcyjnego					
Koszty emisji akcji					
Podział zysku		36		-36	
Nabycie spółki zależnej					
Zysk za III kwartały 2006 roku			1 938		1 938
Inne zmiany w kapitale				20	20
Stan na 30 września 2006 roku	12 549	4 374	1 938	47	18 908

BILANS SPÓŁKI DOMINUJĄCEJ MAKARONY POLSKIE S.A.

AKTYWA	30 września 2007 roku	30 czerwca 2007 roku	31 grudnia 2006 roku
A. AKTYWA TRWAŁE (długoterminowe)	51 990	44 578	20 687
1. Rzeczowe aktywa trwałe	25 622	25 037	19 371
2. Wartości niematerialne	118	138	75
3. Inwestycje w jednostki zależne	26 102	19 078	
4. Długoterminowe aktywa finansowe			1 220
5. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	148	325	21
B. AKTYWA OBROTOWE (krótkoterminowe)	23 976	28 292	8 075
1. Zapasy	3 689	3 138	2 520
2. Należności z tytułu dostaw i usług	11 194	9 754	3 782
3. Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	304	213	159
4. Pozostałe należności	181	1 073	437
5. Udzielone pożyczki	814	309	200
6. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	6 690	12 103	197

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie
Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za III kwartał 2007 roku (w tysiącach złotych)

7.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 104	1 702	780
	SUMA AKTYWÓW	75 966	72 870	28 762
PASYWA				
A.	KAPITAŁ WŁASNY PRZYPADAJĄCY NA AKCJONARIUSZY SPÓŁKI	58 042	57 416	18 792
1.	Kapitał podstawowy	26 756	26 756	12 549
2.	Kapitał zapasowy	29 380	29 139	4 374
3.	Zysk/strata z lat ubiegłych	45	45	47
4.	Zysk netto akcjonariuszy jednostki dominującej	1 861	1 476	1 822
I.	ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	2 014	1 755	1 559
1.	Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	214	77	10
2.	Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	260	274	301
3.	Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	56	56	37
4.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	973	1 000	1 050
5.	Długoterminowe zobowiązania finansowe- leasing	511	348	161
II.	ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	15 910	13 699	8 411
1.	Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	55	55	3 666
2.	Zobowiązania finansowe	399	246	115
3.	Zobowiązania krótkoterminowe z tytułu dostaw i usług	7 490	11 475	4 490
4.	Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych			
5.	Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	7 212	248	
6.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	102	102	104
7.	Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	3	3	36
8.	Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	649	1 570	
B.	ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	17 924	15 454	9 970
	SUMA PASYWÓW	75 966	72 870	28 762

RACHUNEK ZYSKÓW I STRAT SPÓŁKI DOMINUJĄCEJ MAKARONY POLSKIE S.A.

ZA OKRES	01.01.2007- 30.09.2007	01.07.2007- 30.09.2007	01.01.2006- 30.09.2006	01.07.2006- 30.09.2006
Działalność kontynuowana				
Przychody ze sprzedaży	53 265	16 293	38 982	12 419
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	26 802	10 470	21 311	7 727
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	26 463	5 823	17 671	4 692
Koszt własny sprzedaży	42 955	13 622	32 068	9 667
Koszt wytworzenia sprzedanych produktów i usług	22 796	8 779	16 179	5 991
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	20 159	4 843	15 889	3 676
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	10 310	2 671	6 914	2 752
Koszty sprzedaży	5 427	2 247	2 376	884
Koszty ogólnego zarządu	1 730	690	1 780	677

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie
Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za III kwartał 2007 roku (w tysiącach złotych)

Pozostałe przychody operacyjne	186	70	41	24
Pozostałe koszty operacyjne	766	-861	147	5
Zysk z działalności kontynuowanej	2 573	665	2 652	1 210
Przychody finansowe	218	66	88	43
Koszty finansowe	346	124	346	128
Zysk (strata) brutto	2 445	607	2 394	1 125
Podatek dochodowy- część bieżąca	507	-90	447	217
Podatek dochodowy- część odroczonea	77	313	9	
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	1 861	384	1 938	908

**RACHUNEK PRZEPIŃYWÓW PIENIĘŻNYCH SPÓŁKI
DOMINUJĄCEJ MAKARONY POLSKIE S.A. + METODA
POŚREDNIA**

30 września 2007 roku 30 września 2006 roku

Przepływy środków pieniężnych z działalności operacyjnej		
Zysk/ strata netto	1 861	1 938
Korekty o pozycje:	-3 085	1 937
Amortyzacja	1 278	1 015
Zyski/ straty z tytułu różnic kursowych	10	
Koszty i przychody z tytułu odsetek	-144	29
Zysk/ strata z tytułu działalności inwestycyjnej	-3	
Zmiana stanu rezerw	839	206
Zmiana stanu zapasów	-1 169	153
Zmiana stanu należności	-7 300	-4 349
Zmiana stanu zobowiązań i rozliczeń	3 404	4 883
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności operacyjnej	-1 224	3 875
Przepływy środków pieniężnych z działalności inwestycyjnej		
Wpływy ze sprzedaży środków trwałych i wartości niematerialnych	30	
Wpływy z tytułu odsetek		88
Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	7 610	1 282
Wydatki netto na nabycie podmiotów zależnych i stowarzyszonych	17 875	
Udzielone pożyczki	600	
Inne	250	
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności inwestycyjnej	-25 805	-1 193
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej		
Wpływy z kredytów i pożyczek		350
Wpływy netto z emisji akcji, obligacji, weksli, bonów	37 259	
Splata kredytów i pożyczek	3 652	1 865
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu finansowego	229	
Zapłacone odsetki	74	117
Inne	218	1 185
Przepływy środków pieniężnych netto z działalności finansowej	33 521	-447
Zwiększenie/ zmniejszenie stanu środków pieniężnych i ekwiwalentów środków pieniężnych	6 493	2 235
Środki pieniężne, ekwiwalenty środków pieniężnych oraz kredyty w rachunku bieżącym na początek okresu	197	61
Zyski/straty z tytułu różnic kursowych dotyczące wyceny środków pieniężnych, ekwiwalentów środków pieniężnych oraz kredytów w rachunku bieżącym		
Środki pieniężne, ekwiwalenty środków pieniężnych oraz kredyty w rachunku bieżącym na koniec okresu	6 690	2 296

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM SPÓŁKI DOMINUJĄCEJ MAKARONY POLSKIE S.A.

	Kapitał podstawowy	Kapitał zapasowy	Zysk/strata roku bieżącego	Zysk/strata z lat ubiegłych	Razem
Stan na 1 stycznia 2007 roku	12 549	4 374		1 869	18 792
Emisja kapitału akcyjnego	14 207	24 423			38 630
Koszty emisji akcji		-1 489			-1 489
Podział zysku		1 822		-1 822	
Nabycie spółki zależnej					
Zysk za III kwartały 2007 roku			1 861		1 861
Inne zmiany w kapitale		250		-2	248
Stan na 30 września 2007 roku	26 756	29 380	1 861	45	58 042

	Kapitał podstawowy	Kapitał zapasowy	Zysk/strata roku bieżącego	Zysk/strata z lat ubiegłych	Razem
Stan na 1 stycznia 2006 roku	12 549	4 338		63	16 950
Emisja kapitału akcyjnego					
Koszty emisji akcji					
Podział zysku		36		-36	
Nabycie spółki zależnej					
Zysk za III kwartały 2006 roku			1 938		1 938
Inne zmiany w kapitale				20	20
Stan na 30 września 2006 roku	12 549	4 374	1 938	47	18 908

II. Dodatkowe informacje i objaśnienia

1. Informacje ogólne o Grupie Kapitałowej

a) Struktura grupy Kapitałowej Makarony Polskie na dzień 30 września 2007 roku



Grupa Kapitałowa Makarony Polskie („Grupa”) składa się z trzech spółek: Makarony Polskie S.A. („Spółka dominująca”, „Spółka”) oraz spółek zależnych: Stoczek Sp. z o.o. z siedzibą w Stoczku Łukowskim oraz Abak Sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie.

Spółka Makarony Polskie S.A. prowadzi działalność w branży produkcji i sprzedaży makaronów. Po przejęciu kontroli nad firmą Stoczek Sp. z o.o., oferta produktowa Grupy powiększyła się o konserwy warzywno-mięsne, przetwory owocowo-warzywne oraz przetwory mięsne i mięsno-tłuszczowe.

Zakup udziałów w spółce Abak rozszerzył asortyment sprzedażowy Grupy Makarony Polskie o makarony typu walcowanego („makaron domowy”).

Siedziba jednostki dominującej - **Makarony Polskie Spółka Akcyjna** - znajduje się w Rzeszowie przy ulicy Podkarpackiej 15. Spółka prowadzi działalność w formie spółki akcyjnej powstałej w dniu 5 lipca 2004 roku w wyniku przekształcenia ze spółki z ograniczoną odpowiedzialnością o tej samej nazwie tj. Makarony Polskie. Spółka jest wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Rzeszowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000212001. Warszawskie biuro firmy mieści się w Ząbkach, przy ulicy Piłsudskiego 180.

Kapitał zakładowy firmy Makarony Polskie S.A. na dzień 30 września 2007 roku wynosił 26 756 463 zł i był podzielony na 8 918 821 akcji o wartości nominalnej 3 zł każda. Do momentu przekazania niniejszego raportu jego wielkość nie uległa zmianie.

Firma Makarony Polskie S.A. jest jednym z czołowych polskich producentów makaronów. Początki spółki sięgają 1991 roku, gdy w ramach przedsiębiorstwa państwowego

PZZ Rzeszów rozpoczęło produkcję makaronu. Obecnie Spółka ma ok. 13 % udział w rynku sprzedaży makaronu w ujęciu ilościowym, przy czym produkty pod markami Spółki stanowią ponad 4 % udziału w rynku. Tempo wzrostu rynku szacowane jest na 3-5 % rocznie.

Firma Makarony Polskie S.A. oferuje szeroką gamę makaronów jajecznych i bezjajecznych produkowanych w wielu różnorodnych formach: świderki, kolanka, nitki, muszelki, spaghetti, pióra, itp. Posiada 3 własne marki makaronów: Sorenti, Solare oraz Makaron Staropolski. Marka Sorenti, na której rozwój Spółka kładzie szczególny nacisk, należy do segmentu Premium. Firma posiada dwa zakłady produkcyjne: w Rzeszowie i w Płocku.

Kapitał zakładowy spółki zależnej – **Stoczek Sp. z o.o.** W dniu 30 września 2007 roku oraz na dzień przekazania raportu wynosił 15 111 800 zł i był podzielony na 151 118 udziałów. Spółka jest zarejestrowana w Sądzie Rejonowym, XI Wydział Gospodarczy w Lublinie pod numerem KRS 00000503. Sto procent udziałów w kapitale zakładowym Stoczek Sp. z o.o. jest własnością firmy Makarony Polskie S.A. Stoczek jest producentem dań gotowych, z ugruntowaną pozycją na rynku. Segment ten charakteryzuje się wysoką dynamiką wzrostu - rośnie w tempie ok. 10 % rocznie. Według danych MEMRB z lipca 2007 roku, udział Stoczka w rynku dań gotowych wynosił 3,7 % ilościowo i 4,1 % wartościowo.

W skład Grupy Kapitałowej od dnia 30 września 2007 roku wchodzi również **Abak Sp. z o.o.** Zakład produkcyjny oraz siedziba spółki mieszczą się w Częstochowie. Kapitał zakładowy spółki na dzień 30 września i 14 listopada 2007 roku wynosił 1 980 000 zł i jest podzielony na 1 980 udziałów o wartości nominalnej 1 000 zł każdy. Firma Abak Sp. z o.o. jest wpisana do Krajowego Rejestru Sadowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Częstochowie, XVII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 000010346. W lipcu 2007 roku Spółka miała 1,4% udział w rynku w ujęciu ilościowym oraz 1,8 % udział w ujęciu wartościowym (źródło: AC Nielsen). Spółka produkuje makaron tłoczony, makaron walcowany oraz tzw. zacierkę.

b) Opis zmian w strukturze Grupy w okresie od 1 lipca 2007 roku do dnia przekazania raportu

W dniu 27 lipca 2007 roku firma Makarony Polskie S.A. podpisała list intencyjny z udziałowcami Abak Sp. z o.o. W liście intencyjnym uzgodniono, iż zamierzeniem stron jest zawarcie w terminie do 30 września 2007 roku umowy dotyczącej zakupu przez Makarony Polskie S.A. 100 % udziałów w spółce Abak. W dniu 27 września 2007 roku podpisano umowę sprzedaży udziałów pomiędzy firmą Makarony Polskie S.A. a udziałowcami spółki

Abak Sp. z o.o. z siedzibą w Częstochowie. Przedmiotem umowy było nabycie przez firmę Makarony Polskie S.A. za cenę 6 913 tys. zł łącznie 1 980 zwykłych, nieuprzywilejowanych udziałów o wartości nominalnej 1000 zł każdy. Udziały te stanowią 100 % w kapitale zakładowym spółki oraz uprawniają do wykonywania 100 % ogólnej liczby głosów na Zgromadzeniu Wspólników. Wskazana wyżej cena nabycia udziałów rozliczona ma być w następujący sposób: kwota 3 600 tys. zł została zapłacona gotówką, natomiast kwota 3 313 tys. zł zostanie rozliczona poprzez emisję 331 250 akcji serii E firmy Makarony Polskie S.A. o wartości nominalnej 3 zł z wyłączeniem prawa poboru. Emisja akcji serii E w drodze subskrypcji prywatnej skierowana zostanie do dotychczasowych udziałowców Abak Sp. z o.o. Cena emisyjna akcji serii E będzie wynosić 10 zł, a akcje tej emisji zostaną objęte przez sprzedających w zamian za wkład pieniężny. Umowa subskrypcji akcji serii E zostanie zawarta pomiędzy stronami w terminie 7 dni od daty podjęcia stosownej uchwały przez Walne Zgromadzenie firmy Makarony Polskie S.A. W sytuacji, gdy Walne Zgromadzenie nie wyrazi zgody na emisję akcji serii E z wyłączeniem prawa poboru, Makarony Polskie S.A. zapłacą sprzedającym pozostałą część ceny za udziały przelewem w terminie do dnia 15 stycznia 2008 roku. Walne Zgromadzenie, w którego porządku obrad jest wyrażenie zgody na emisję akcji serii E, odbędzie się w dniu 4 grudnia 2007 roku. Zgodnie z umową sprzedaży przeniesienie własności udziałów nastąpiło z dniem 30 września 2007 roku.

Podmioty wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Makarony Polskie nie posiadają oddziałów.

- c) Wskazanie skutków zmian w strukturze Grupy Kapitałowej Emitenta, w tym w wyniku połączenia jednostek gospodarczych, przejęcia lub sprzedaży jednostek Grupy Kapitałowej, inwestycji długoterminowych, podziału, restrukturyzacji i zaniechania działalności.

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie składa się z trzech spółek: Makarony Polskie S.A. - spółka dominująca, Stoczek Sp. z o.o. oraz Abak Sp. z o.o. - spółki w 100 % zależne od firmy Makarony Polskie S.A.

Przejęcie udziałów w spółkach zależnych umożliwia rozszerzenie oferty asortymentowej Grupy o produkty spożywcze o wyższej wartości dodanej, co pozytywnie wpłynie na efekty synergii w wielu obszarach działalności Grupy takich jak koszty działalności, efektywność działania. Przewiduje się, że pierwsze wyraźne wpływy na poprawę rentowności sprzedaży z tego tytułu będą odzwierciedlone w rachunku wyników Grupy w 2008 roku. Nabycie udziałów w Abak Sp. z o.o. umożliwiło wejście w nowy segment rynku makaronów, jakim jest produkcja makaronu walcowanego. Pozwoli to na rozszerzenie oferty asortymentowej

o nowe produkty tj. nitka (kupowana w Polsce w największej ilości, ok. 22 % ogólnej sprzedaży makaronu) i zacierka. Przejęcie to stanowi element realizacji strategii firmy Makarony Polskie S.A., przewidującej dążenie do konsolidacji branży makaronowej i – w konsekwencji - zdobycie 8 % udziałów w rynku sprzedaży produktów markowych w 2008 roku. Przed przejęciem firmy Abak, Makarony Polskie S.A. posiadały około 2,3 % udziałów w rynku w sprzedaży makaronu pod własną marką. Wynika to z faktu, że większość produkcji stanowi produkcja pod markami obcymi dla sieci handlowych.

Spółka przewiduje, że transakcja zakupu Abak Sp. z o.o. oraz dalszy rozwój sprzedaży makaronu pod marką Sorenti umożliwi osiągnięcie do końca 2007 roku udziału w rynku na poziomie 4,5 % – 5 %.

Strategia działania firmy Makarony Polskie S.A. w stosunku do firm Stoczek oraz Abak przewiduje osiągnięcie efektów synergii związanych z większą skalą działalności przede wszystkim w dziedzinie sprzedaży i dystrybucji, organizacji i zarządzania, finansów oraz wykorzystanie większych możliwości finansowych do wzmocnienia produktów markowych. Poniżej zasygnalizowane zostały płaszczyzny, gdzie odczuwalne będą efekty synergii spółek:

- Dystrybucja – podobny system dystrybucji i sprzedaży umożliwi obniżenie kosztów transportu poprzez organizowanie łączonych dostaw przy wykorzystaniu centralnych magazynów wyrobów gotowych.
- Sprzedaż – zwiększenie przychodów na jednego zatrudnionego w handlu tradycyjnym; lepsze warunki handlowe u kontrahentów dzięki większej sile przetargowej osiąganey poprzez wyższe obroty z kontrahentami.
- Marketing – generowane środki umożliwią lepsze zarządzanie produktami spółki i promocję produktów „brandowych”. W przypadku marki Stoczek przewidywane są działania mające na celu poprawę wizerunku marki i lepsze postrzeganie dobrych jakościowo produktów spółki zależnej. Przewiduje się wprowadzanie nowoczesnych produktów z segmentu dań gotowych, nie oferowanych dotychczas.
- Zarządzanie – podział obowiązków pomiędzy zarządzających zwiększy efektywność prowadzonych procesów w porównaniu z obecną sytuacją, kiedy ze względu na niewielką skalę zarządzający nadzorowali zbyt wiele obszarów działalności.
- Finansowe – optymalizacja struktury finansowej, zwiększenie siły finansowej Grupy, poprawa pozycji we współpracy z bankami i innymi instytucjami finansowymi.

d) Walne Zgromadzenie Spółki dominującej

Kapitał zakładowy spółki Makarony Polskie S.A. dzieli się w następujący sposób:

- a) 3 013 250 akcji serii A;
- b) 1 169 750 akcji serii B;
- c) 3 000 000 akcji serii C;
- d) 1 735 821 akcji serii D.

Pierwsze notowanie praw do akcji odbyło się na sesji giełdowej w dniu 18 kwietnia 2007 roku.

Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu na dzień przekazania raportu

Akcjonariusz	Liczba akcji	Udział w kapitale	Liczba głosów	Udział w głosach
Agro-Technika S.A. z siedzibą w Ząbkach	2 001 925	22,45 %	2 001 925	22,45 %
Elżbieta i Grzegorz Słomkowsy*	1 183 040	13,26 %	1 183 040	13,26 %
Zdzisław Sawicki	1 044 776	11,71 %	1 044 776	11,71 %

* wspólnicy spółki cywilnej ZPH Elpast (Elżbieta i Grzegorz Słomkowsy)

e) Rada Nadzorcza Spółki dominującej

Zgodnie z § 17 Statutu Spółki Rada Nadzorcza składa się z 5 do 7 członków powoływanych na okres wspólnej kadencji trwającej dwa lata. Członkowie Rady Nadzorczej powoływani i odwoływani są przez Walne Zgromadzenie.

W skład Rady Nadzorczej spółki Makarony Polskie na dzień 30 września 2007 roku wchodził:

Zenon Daniłowski	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Dariusz Bliźniak	Członek Rady Nadzorczej
Urszula Rogóż-Bury	Członek Rady Nadzorczej
Jarosław Pardyka	Członek Rady Nadzorczej
Piotr Łukasiuk	Członek Rady Nadzorczej.

Liczba i wartość nominalna akcji firmy Makarony Polskie S.A. oraz udziałów w jednostkach Grupy Kapitałowej Makarony Polskie będąca w posiadaniu członków Rady Nadzorczej na dzień sporządzenia sprawozdania:

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie
Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za III kwartał 2007 roku (w tysiącach złotych)

	Akcje firmy Makarony Polskie S.A.	Wartość nominalna akcji (w PLN)	Udziały w pozostałych jednostkach Grupy Kapitałowej
Zenon Daniłowski	128 370	385 110	-
Urszula Rogóż – Bury	12 680	38 040	-
Dariusz Bliźniak	-	-	-
Piotr Łukasiuk	-	-	-
Jarosław Parzydło	-	-	-

f) Zarząd Spółki dominującej

Zgodnie z § 20 Statutu Spółki, Zarząd składa się z jednego do trzech członków powoływanych i odwoływanych przez Radę Nadzorczą. Liczbę członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza. Członkowie Zarządu powoływani są na okres dwuletniej wspólnej kadencji.

Do składania oświadczeń woli i podpisywania w imieniu Spółki uprawnieni są: dwaj członkowie Zarządu łącznie albo jeden członek Zarządu łącznie z prokurentem.

W skład Zarządu na dzień 30 września 2007 roku wchodził:

Paweł Nowakowski	Prezes Zarządu
Grzegorz Słomkowski	Wiceprezes Zarządu
Włodzimierz Parzydło	Wiceprezes Zarządu.

Podobnie jak skład Rady Nadzorczej, skład Zarządu Spółki nie zmienił się do momentu sporządzenia i przekazania niniejszego sprawozdania.

Liczba i wartość nominalna akcji firmy Makarony Polskie S.A. oraz udziałów w jednostkach Grupy Kapitałowej Makarony Polskie będąca w posiadaniu członków Zarządu na dzień sporządzenia sprawozdania

	Akcje firmy Makarony Polskie S.A.	Wartość nominalna akcji (w PLN)	Udziały w pozostałych jednostkach Grupy Kapitałowej
Paweł Nowakowski	188 985	566 955	-
Grzegorz Słomkowski *	1 183 040	3 549 120	-
Włodzimierz Parzydło	115 388	346 164	-

* Łączna liczba akcji, należących do Pana Grzegorza Słomkowskiego (Wiceprezesa Zarządu) i jego małżonki.

Zarząd firmy Makarony Polskie S.A. został powiadomiony o transakcjach na akcjach Spółki zawartych przez Wiceprezesa Zarządu firmy Makarony Polskie S.A. – Pana Grzegorza Słomkowskiego. Pan Grzegorz Słomkowski zakupił w dniu 1 października 2007 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w obrocie wtórnym 13 000 akcji spółki Makarony Polskie S.A. za łączną kwotę 99 090 zł, co stanowiło równowartość 26 297,77 EURO (wg kursu średniego NBP na dzień 01.10.2007 r.). Średnia cena zakupu wyniosła 7,62 zł za 1 akcję. Jednocześnie, zgodnie z §2 ust. 4 Rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie przekazywania i udostępniania informacji o niektórych transakcjach instrumentami finansowymi oraz zasad sporządzania i przekazywania listy osób posiadających dostęp do określonych informacji poufnych, Pan Grzegorz Słomkowski poinformował, że przed dniem zawarcia powyższych transakcji nabył na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w obrocie pierwotnym 290 akcji na okaziciela serii C spółki Makarony Polskie S.A. za kwotę 2 610 zł, co stanowiło równowartość 679,33 EURO (wg kursu średniego NBP na dzień 05.04.2007 r. tj. dzień przydziału akcji serii C).

Zarząd spółki Makarony Polskie nie został poinformowany o żadnych innych transakcjach z udziałem akcji Emitenta, aniżeli wskazane powyżej.

g) Skład organów zarządzających i nadzorujących spółek zależnych

Stoczek Sp. z o.o.

Zarząd

Do dnia 31 października 2007 roku funkcję Prezesa Zarządu pełnił Pan Włodzimierz Parzydło. W dniu 31 października 2007 roku Pan Włodzimierz Parzydło złożył rezygnację z pełnionej funkcji, Rada Nadzorcza Spółki powołała na to stanowisko Pana Andrzeja Groszka.

Rada Nadzorcza

Skład Rady Nadzorczej na dzień przekazania raportu przedstawiał się w sposób następujący:
Paweł Nowakowski – Przewodniczący Rady Nadzorczej,
Joanna Kaczorek – Członek Rady Nadzorczej,
Andrzej Doński – Członek Rady Nadzorczej.

W skład Zarządu **Abak Sp. z o.o.** na dzień 14 listopada 2007 roku wchodzi: Andrzej Boral – Prezes Zarządu oraz Jacek Rekxa - Członek Zarządu.

W spółce Abak bezpośredni nadzór nad działalnością Zarządu pełni Zgromadzenie Wspólników.

h) Charakterystyka działalności spółek Grupy Kapitałowej

Przedmiot działalności firmy Makarony Polskie S.A.(wg Statutu Spółki):

- ✓ produkcja mięsa z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików,
- ✓ produkcja mięsa z drobiu i królików,
- ✓ produkcja konserw, przetworów z mięsa, podrobów mięsnych i krwi,
- ✓ działalność usługowa związana z wytwarzaniem wyrobów z mięsa,
- ✓ przetwórstwo i konserwowanie ziemniaków,
- ✓ produkcja soków z owoców i warzyw,
- ✓ przetwórstwo i konserwowanie owoców i warzyw, gdzie indziej niesklasyfikowane, z wyłączeniem działalności usługowej,
- ✓ działalność usługowa związana z przetwórstwem i konserwowaniem warzyw i owoców,
- ✓ produkcja nieoczyszczonych olejów i tłuszczów,
- ✓ produkcja rafinowanych olejów i tłuszczów,
- ✓ produkcja margaryny i podobnych tłuszczów jadalnych,
- ✓ produkcja lodów,
- ✓ wytwarzanie produktów przemiału zbóż,

- ✓ wytwarzanie skrobi i produktów skrobiowych,
- ✓ produkcja pieczywa,
- ✓ produkcja wyrobów ciastkarskich świeżych,
- ✓ produkcja wyrobów piekarskich i ciastkarskich o przedłużonej trwałości,
- ✓ produkcja kakao, czekolady i wyrobów cukierniczych,
- ✓ produkcja makaronów, klusek i podobnych produktów mącznych,
- ✓ produkcja przypraw,
- ✓ produkcja odżywek oraz żywności dietetycznej,
- ✓ produkcja pozostałych artykułów spożywczych, gdzie indziej niesklasyfikowanych,
- ✓ produkcja wód mineralnych i napojów bezalkoholowych,
- ✓ produkcja opakowań z tworzyw sztucznych,
- ✓ budownictwo,
- ✓ działalność agentów zajmujących się sprzedażą płodów rolnych, żywych zwierząt, surowców dla przemysłu włókienniczego i półproduktów,
- ✓ działalność agentów zajmujących się sprzedażą wyrobów włókienniczych, odzieży, obuwia i artykułów skórzanych a także działalność agentów zajmujących się sprzedażą futer,
- ✓ działalność agentów zajmujących się sprzedażą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych,
- ✓ sprzedaż hurtowa zboża i nasion i pasz dla zwierząt,
- ✓ sprzedaż hurtowa owoców i warzyw,
- ✓ sprzedaż hurtowa mięsa i wyrobów z mięsa,
- ✓ sprzedaż hurtowa mleka, wyrobów mleczarskich, jaj, olejów i tłuszczów jadalnych,
- ✓ sprzedaż hurtowa napojów bezalkoholowych,
- ✓ sprzedaż hurtowa pozostałej żywności,
- ✓ sprzedaż hurtowa niewyspecjalizowanej żywności, napojów i wyrobów tytoniowych,
- ✓ pozostała sprzedaż hurtowa,
- ✓ handel detaliczny,
- ✓ przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych,
- ✓ obsługa nieruchomości,
- ✓ wynajem maszyn i urządzeń bez obsługi,
- ✓ reklama,
- ✓ pozostała działalność komercyjna.

Przedmiot działalności firmy Stoczek Sp. z o.o. (wg Umowy Spółki):

- ✓ rolnictwo, łowiectwo i pokrewne działalności usługowe,
- ✓ produkcja artykułów spożywczych i napojów,
- ✓ sprzedaż, obsługa i naprawy pojazdów mechanicznych i motocykli; sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów samochodowych,
- ✓ handel hurtowy i komisowy z wyjątkiem handlu pojazdami mechanicznymi i motocyklami,
- ✓ handel detaliczny z wyjątkiem sprzedaży pojazdów mechanicznych i motocykli; naprawy artykułów przeznaczenia osobistego i użytku domowego,
- ✓ hotele i restauracje,
- ✓ transport lądowy; transport rurociągami,
- ✓ działalność wspierająca i pomocnicza dla transportu; działalność agencji turystycznych,
- ✓ obsługa nieruchomości, wynajem i działalność związana z prowadzeniem interesów,
- ✓ wynajem maszyn i sprzętu bez obsługi operatorskiej oraz wypożyczanie artykułów przeznaczenia osobistego i użytku domowego.

Przedmiot działalności firmy Abak Sp. z o.o. (wg Umowy Spółki):

- ✓ przetwórstwo owoców i warzyw,
- ✓ produkcja makaronów, klusek i podobnych produktów mącznych,
- ✓ produkcja pozostałych artykułów spożywczych,
- ✓ produkcja pozostałych artykułów z papieru i tektury,
- ✓ pozostała działalność produkcyjna,
- ✓ sprzedaż hurtowa żywności, napojów i tytoniu,
- ✓ sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych,
- ✓ pozostała sprzedaż detaliczna w niewyspecjalizowanych sklepach,
- ✓ handel detaliczny poza siecią sklepową,
- ✓ towarowy transport drogowy pojazdami specjalizowanymi,
- ✓ towarowy transport drogowy pojazdami uniwersalnymi,
- ✓ reklama,
- ✓ działalność związana z pakowaniem.

i) Informacja dotycząca okresów, za które prezentowane jest skonsolidowane oraz jednostkowe sprawozdanie finansowe oraz dane porównawcze

Załączone skonsolidowane sprawozdania finansowe sporządzone zostały za następujące okresy:

1. Bilans według stanu na dzień 30 września 2007 roku i jako dane porównawcze według stanu na dzień 31 grudnia 2006 roku.

2. Rachunek wyników:

a. za okres od 1 lipca 2007 roku do 30 września 2007 roku,

b. za okres od 1 stycznia 2007 roku do 30 września 2007 roku (dane za trzy kwartały 2007 roku).

Dane za okresy porównawcze:

a. od 1 lipca 2006 roku do 30 września 2006 roku,

b. od 1 stycznia 2006 roku do 30 września 2006 roku.

3. Rachunek przepływów pieniężnych za okres 1 stycznia 2007 roku do 30 września 2007 roku i jako dane porównywalne od 1 stycznia 2006 roku do 30 września 2006 roku.

4. Zestawienie zmian w kapitale własnym w okresie od 1 stycznia 2007 roku do 30 września 2007 roku, jako dane porównywalne od 1 stycznia 2006 roku do 30 września 2006 roku.

Wszystkie dane finansowe z 2006 roku dotyczą tylko Spółki dominującej Makarony Polskie S.A.

Jednostkowe sprawozdania finansowe firmy Makarony Polskie S.A. sporządzone zostały za następujące okresy:

1. Bilans według stanu na dzień 30 września 2007 roku i jako dane porównawcze według stanu na dzień 31 grudnia 2006 roku.

2. Rachunek wyników:

a. za okres od 1 lipca 2007 roku do 30 września 2007 roku,

b. za okres od 1 stycznia 2007 roku do 30 września 2007 roku (dane za trzy kwartały 2007 roku).

Dane za okresy porównawcze:

a. od 1 lipca 2006 roku do 30 września 2006 roku,

b. od 1 stycznia 2006 roku do 30 września 2006 roku (dane za III kwartały 2006 roku),

3. Rachunek przepływów pieniężnych za okres 1 stycznia 2007 roku do 30 września 2007 roku i jako dane porównywalne od 1 stycznia 2006 roku do 30 września 2006 roku.

4. Zestawienie zmian w kapitale własnym w okresie od 1 stycznia 2007 roku do 30 września 2007 roku, jako dane porównywalne od 1 stycznia 2006 roku do 30 września 2006 roku.

j) Zasady polityki rachunkowości

Oświadczenie o zgodności

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Makarony Polskie oraz sprawozdanie jednostkowe sporządzone zostały zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (MSSF).

Jako dane porównawcze za rok 2006 przy prezentacji niniejszego sprawozdania występują dane jednostkowego sprawozdania Spółki dominującej, które były sporządzone wg Ustawy o Rachunkowości, natomiast zostały przekształcone stosownie do wymogów stawianych przez MSSF.

Szacunki

Sporządzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego zgodnie z MSSF wymaga dokonania szacunków i założeń, które wpływają na wielkości wykazane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, w tym w dodatkowych informacjach i objaśnieniach. Mimo, że przyjęte założenia i szacunki opierają się na najlepszej wiedzy Zarządów jednostek wchodzących w skład Grupy na temat bieżących działań i zdarzeń, rzeczywiste wyniki mogą się różnić od przewidywanych.

Waluta pomiaru i waluta sprawozdań finansowych

Walutą pomiaru Grupy i walutą sprawozdawczą niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego jest złoty polski.

Zmiany stosowanych zasad rachunkowości

W okresach objętych niniejszym skróconym sprawozdaniem finansowym Grupa nie dokonała zmian stosowanych zasad rachunkowości. Szczegółowy opis zasad rachunkowości został zaprezentowany w sprawozdaniu za I półrocze 2007 roku.

Podstawa przygotowania sprawozdań finansowych.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej Makarony Polskie obejmujące spółkę dominującą i podmioty wobec niej zależne; sporządzone jest zgodnie z wymogami Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”), które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską, a w zakresie nieuregulowanym powyższymi standardami zgodnie z wymogami ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości (Dz. U. z 2002 r., nr 76, poz. 694 z późniejszymi zmianami) i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych oraz zgodnie z wymogami określonymi w rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 19 października 2005 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych

przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych (Dz. U. z 2005 r., nr 209, poz. 1744).

MSSF obejmują standardy i interpretacje zaakceptowane przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości („RMSR”) oraz Komisję ds. Interpretacji Międzynarodowej Sprawozdawczości Finansowej („KIMSF”).

Z dniem 1 stycznia 2005 roku nowelizacja ustawy o rachunkowości (art. 45 ust. 1a-1c Ustawy o rachunkowości) nałożyła na Grupę obowiązek sporządzania skonsolidowanych sprawozdań finansowych zgodnie z MSSF, które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską. Na dzień publikacji niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, biorąc pod uwagę proces adaptacji MSSF przez Unię Europejską, nie występują różnice w zakresie zasad rachunkowości przyjętych przez Grupę zgodnie z MSSF a MSSF, które zostały zatwierdzone przez Unię Europejską.

W dniu 22 czerwca 2007 roku Walne Zgromadzenie firmy Makarony Polskie S.A. podjęło uchwałę zobowiązującą Spółkę do sporządzania sprawozdań finansowych zgodnie z MSSF przyjętymi do stosowania w UE.

Jednostki Grupy prowadzą swoje księgi rachunkowe zgodnie z polityką (zasadami) rachunkowości określonymi przez Ustawę z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości („Ustawa”) z późniejszymi zmianami i wydanymi na jej podstawie przepisami („polskie standardy rachunkowości”). Skonsolidowane sprawozdanie finansowe zawiera korekty nie zawarte w księgach rachunkowych jednostek Grupy wprowadzone w celu doprowadzenia sprawozdań finansowych tych jednostek do zgodności ze standardami i interpretacjami wydanymi przez Komitet Międzynarodowych Standardów Rachunkowości oraz Komitet do Spraw Interpretacji Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej.

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe jest sporządzane zgodnie z zasadą kosztu historycznego, z wyjątkiem aktywów i zobowiązań finansowych (w tym instrumentów pochodnych), które są wyceniane według wartości godziwej.

Skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej zarówno przez jednostkę dominującą jak i spółki zależne w dającej się przewidzieć przyszłości. W żadnej ze spółek Grupy nie istnieją okoliczności wskazujące na zagrożenie kontynuowania działalności.

Sprawozdania finansowe wszystkich podmiotów wchodzących w skład grupy kapitałowej sporządzone zostały w złotych, za ten sam okres, za który sporządzone zostało sprawozdanie finansowe jednostki dominującej, przy wykorzystaniu spójnych zasad rachunkowości zastosowanych dla transakcji i zdarzeń gospodarczych o podobnym charakterze. Wszystkie

wartości prezentowane w niniejszym sprawozdaniu finansowym, o ile nie wskazano inaczej, podane są w tysiącach złotych.

W skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym spółki wykazują zdarzenia gospodarcze zgodnie z ich treścią ekonomiczną. Skonsolidowany i jednostkowy rachunek zysków i strat prezentowany jest w układzie kalkulacyjnym. Okres sprawozdawczy wszystkich spółek Grupy pokrywa się z okresem sprawozdawczym Spółki dominującej.

Wartość firmy powstała w wyniku przejęcia 100 % udziałów w firmie Stoczek Sp. z o.o. została obliczona w oparciu o szacunkową wartość godziwą aktywów netto spółki Stoczek, faktyczne koszty związane z nabyciem udziałów oraz cenę zapłaconą za wszystkie udziały.

Przy sporządzaniu skonsolidowanego sprawozdania grupy kapitałowej za III kwartał (oraz za kwartały) 2007 roku zastosowano metodę pełną konsolidacji. Pełną konsolidacją objęte są sprawozdania finansowe Spółki dominującej Makarony Polskie S.A. oraz spółki zależnej Stoczek Sp. z o.o. Objęcie kontrolą przez Makarony Polskie S.A. spółki Stoczek nastąpiło w dniu 1 czerwca 2007 roku. Korekta kapitałowa polega na eliminacji poszczególnych elementów kapitału własnego firmy Stoczek Sp. z o.o. w celu odzwierciedlenia udziału spółki Makarony Polskie S.A. w stratach z lat ubiegłych, wynikach roku bieżącego oraz ustaleniu kosztu połączenia i wartości firmy. Sprawozdanie finansowe Abak Sp. z o.o. podlega konsolidacji na dzień 30 września 2007 roku (czyli konsolidacji podlega wyłącznie bilans). Począwszy od 1 października 2007 roku konsolidowane również będą wyniki finansowe Abak Sp. z o.o.

Wybrane dane finansowe w EURO zostały przedstawione zgodnie z § 89 ust. 2

Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 19 października 2005 roku:

- pozycje bilansu zostały przeliczone według średniego kursu ogłoszonego przez NBP obowiązującego na dzień bilansowy (30 września 2007 roku: 1 EUR=3,7775 PLN oraz 30 września 2006 roku: 1 EUR=3,835 PLN),
- pozycje rachunku zysków i strat oraz przepływów pieniężnych zostały przeliczone według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ustalonych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca okresu sprawozdawczego (30 września 2007 roku 1 EUR=3,8314 PLN oraz 30 września 2006 roku 1 EUR=3,9171 PLN).

Kwartalne skonsolidowane sprawozdanie finansowe nie podlegało badaniu ani przeglądowi przez podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych.

Firma Makarony Polskie S.A. na podstawie § 87 pkt. 1 Rozporządzenia nie przekazuje oddzielnego kwartalnego raportu jednostkowego. Zgodnie z oświadczeniem Zarządu, Spółka przekazuje skonsolidowane raporty kwartalne zawierające kwartalną informację finansową Emitenta.

Niniejsze skrócone skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd do publikacji w dniu 14 listopada 2007 roku.

2. Umowy znaczące dla działalności Grupy

- Umowa z 15 grudnia 2006 roku z Agencją Rynku Rolnego

Przedmiotowa umowa przewiduje dostawy do 31 października 2007 roku 7 021 ton makaronu w zamian za 21 505 ton ziarna pszenicy. Dostawy są realizowane w ramach programu „Dostarczanie żywności dla najuboższej ludności Unii Europejskiej 2007”. Spółka złożyła zabezpieczenie należytego wykonania umowy w wysokości 9 518 tys. zł. Zwolnienie zabezpieczenia nastąpi po zrealizowaniu umowy - do 28 lutego 2008 roku lub wcześniej - na wniosek Spółki, proporcjonalnie do ilości dostarczonego makaronu.

W ramach kontraktu Spółka zakupuje pszenicę od Agencji Rynku Rolnego; ze sprzedaży pszenicy pozyskiwane są środki stanowiące w myśl tego kontraktu zapłatę za dostawy makaronu do Agencji. Zobowiązania z tytułu dostaw pszenicy są kompensowane należnościami za dostarczony do Agencji makaron. Zastosowana przez Spółkę metoda prezentacji finansowego efektu realizacji kontraktu odzwierciedla procent realizacji dostaw makaronu; rozliczenie kontraktu nastąpi do końca grudnia 2007 roku.

- W dniu 27 kwietnia 2007 roku Makarony Polskie S.A. i Kaufland Polskie Markety Sp. z o.o. Sp. k. zawarły umowę, przedmiotem której jest sprzedaż i dostarczanie do magazynu centralnego firmy Kaufland Polska makaronu Sorenti i makaronu pod marką własną firmy Kaufland. Przewidywana wartość produktów sprzedanych w ramach umowy w 2007 roku to 2 500 tys. zł netto.

- W dniu 4 czerwca 2007 roku firma Stoczek Sp. z o.o. zawarła kontrakt na dostawę wysokiej jakości pieczarki sterylizowanej. Odbiorcą produktów Stoczka jest holenderska firma Lutece B.V. Horst, wartość kontraktu to ok. 7 mln zł, czas realizacji - do końca 2007 roku. W związku ze zmianą cen surowca, trwają rozmowy dotyczące zmian warunków umowy, w szczególności ceny i terminów dostaw.

- Umowa z 29 stycznia 2007 roku z Towarowym Domem Maklerskim Arrtrans S.A. -

przedmiotem umowy jest sprzedaż w okresie od 15 lutego do 15 października 2007 roku makaronu na rzecz odbiorcy TDM Arrtrans S.A. w ilości 8 224 ton. Dostawy makaronu będą odbywać się zgodnie z ustalonym harmonogramem. W związku ze wzrostem cen mąki, w dniu 4 września 2007 roku, Strony podpisały aneks do tej umowy, w którym podniesiono ceny makaronu z 1 936 zł + VAT do 2 124 zł + VAT za tonę. Termin realizacji dostaw został przedłużony do końca listopada 2007 roku.

- Porozumienie z 28 lutego 2007 z firmą Stoczek Sp. z o.o.

Wobec zrealizowanej transakcji przejęcia przez Makarony Polskie S.A. 100 % udziałów w firmie Stoczek Sp. z o.o. oraz w celu poprawy efektywności sprzedaży produktów firmy Stoczek na terenie Polski, strony umownie ustaliły, iż sprzedaż produktów obu firm na terenie Polski odbywać się będzie w ramach sieci dystrybucji firmy Makarony Polskie S.A. Wynagrodzenie Spółki wynosić ma 8 % miesięcznej sprzedaży netto produktów firmy Stoczek zrealizowanej w ramach spółki Makarony Polskie S.A..

- W dniu 1 września 2007 roku spółka Stoczek podpisała umowę z Tesco Polska Sp. z o.o. w sprawie dostaw dań gotowych sporządzanych według receptur zlecającego. Termin realizacji wrzesień – grudzień 2007 roku. Rozpoczęto rozmowy w sprawie dostaw również w roku 2008.

- W celu rozbudowy sieci sprzedaży w handlu tradycyjnym spółki podpisały umowy z kolejnymi dystrybutorami: Rabat Pomorze, Arsenal Białystok, Lewiatan, Stokrotka Lublin, Piotr i Paweł, Jaskółka Białystok i PSS Poznań.

3. Informacje dotyczące emisji, wykupu i spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych

W III kwartale 2007 roku spółki z Grupy Makarony Polskie nie emitowały, nie dokonały wykupu i spłaty dłużnych i kapitałowych papierów wartościowych.

4. Informacja dotycząca zmian zobowiązań warunkowych lub aktywów warunkowych, które nastąpiły od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego

Zmiana stanu zobowiązań warunkowych lub aktywów warunkowych, która nastąpiła od czasu zakończenia ostatniego roku obrotowego

Należności warunkowe	31 grudnia 2006 roku	30 września 2007 roku
Otrzymane gwarancje i poręczenia	19 829 tys. zł	7 133 tys. zł
Weksle		16 949 tys. zł
Zabezpieczenia na majątku	3 852 tys. zł	
Inne	5 311 tys. zł	
Zobowiązania warunkowe	31 grudnia 2006 roku	30 września 2007 roku
Udzielone poręczenia i gwarancje	8 372 tys. zł	
Zobowiązania wekslowe	26 080 tys. zł	12 226 tys. zł
Zabezpieczenia na majątku	9 387 tys. zł	9 224 tys. zł

5. Informacja o wypłaconej lub zadeklarowanej dywidendzie

Zgodnie z art. 395 Kodeksu Spółek Handlowych, organem właściwym do powzięcia uchwały o podziale zysku (lub o pokryciu straty) oraz o wypłacie dywidendy jest zwyczajne walne zgromadzenie, które zgodnie ze Statutem winno odbyć się w terminie 6 miesięcy po upływie każdego roku obrotowego.

Termin wypłaty dywidendy (art. 348 § 3 KSH) ustala zwyczajne walne zgromadzenie spółki publicznej w uchwale o podziale zysku za ostatni rok obrotowy.

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki Makarony Polskie S.A. postanowiło przeznaczyć cały zysk za 2006 rok na zwiększenie kapitału zapasowego. W związku z planami inwestycyjnymi, z zysku za rok 2007 planowana jest wypłata dywidendy na poziomie nie większym niż 25 % zysku po obowiązkowych odpisach, zaś w kolejnych latach, począwszy od roku 2008 przewiduje się przeznaczać na wypłatę dywidendy nie więcej niż 50 % zysku po obowiązkowych odpisach. Pozostała część zysku zostanie przekazana na kapitał zapasowy i przeznaczona na finansowanie inwestycji.

6. Istotne dokonania i niepowodzenia w okresie od 1 lipca 2007 roku do 30 września 2007 roku

✓ Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. na podstawie Uchwały nr 556/2007 z dnia 31 lipca 2007 r. postanowił wprowadzić z dniem 2 sierpnia 2007 r. w trybie zwykłym do obrotu giełdowego na rynku podstawowym 1 735 821 (jeden milion siedemset trzydzieści pięć tysięcy osiemset dwadzieścia jeden) akcji zwykłych na okaziciela serii D spółki Makarony Polskie S.A., o wartości nominalnej 3 zł (trzy złote) każda. Uchwała została podjęta pod warunkiem dokonania przez Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych w dniu 2 sierpnia 2007 roku rejestracji akcji serii D oraz oznaczenia ich kodem "PLMKRNP00015".

Jednocześnie na podstawie Komunikatu Działu Operacyjnego KDPW S.A. z dnia 1 sierpnia 2007 roku, wydanego zgodnie z Uchwałą nr 247/07 Zarządu KDPW S.A. z dnia 29 marca 2007 roku, Spółka powzięła informację, iż w dniu 2 sierpnia 2007 r. w Krajowym Depozycie nastąpi rejestracja 1 735 821 (jeden milion siedemset trzydzieści pięć tysięcy osiemset dwadzieścia jeden) akcji zwykłych na okaziciela serii D spółki Makarony Polskie S.A., które zostały oznaczone kodem PLMKRNP00015.

Łączna liczba papierów wartościowych spółki Makarony Polskie S.A. wprowadzonych do obrotu giełdowego na rynku podstawowym po rejestracji akcji serii D wynosi 8 918 821 (osiem milionów dziewięćset osiemnaście tysięcy osiemset dwadzieścia jeden).

✓ W związku ze znacznymi zmianami cen mąki, spółka Makarony Polskie S.A. podpisała w dniu 4 września 2007 roku Aneks nr 1 do umowy zawartej w dniu 29 stycznia 2007 roku z Towarowym Domem Maklerskim Arrtrans S.A., szczegółowo opisanej w Prospekcie Emisyjnym Spółki, jako umowa znacząca dla Spółki.

Przedmiotem umowy jest sprzedaż przez Spółkę, w okresie od 15 lutego do 15 października 2007 roku makaronu świderki w ilości 8 224 ton. Pierwotnie cena sprzedaży ustalona została przez Strony na poziomie 1 936 zł + VAT za tonę, obecnie cena ta została podniesiona o 9,7 %, do 2 124 zł + VAT za tonę. Aneks obejmuje dostawy w okresie od 1 września 2007 roku do 15 października 2007 roku. Dokonana podwyżka cen sprzedaży pozwoliła Spółce częściowo zrekompensować negatywne skutki podwyżek cen surowca i poprawić wyniki drugiego półrocza 2007 roku.

✓ W dniu 27 września 2007 roku została zawarta umowa sprzedaży udziałów pomiędzy firmą Makarony Polskie S.A., a udziałowcami spółki Abak Sp. z o.o. z siedzibą

w Częstochowie. Przedmiotem umowy było nabycie przez Makarony Polskie S.A. wszystkich udziałów w spółce Abak Sp. z o.o., tj. łącznie 1 980 zwykłych, nieuprzywilejowanych udziałów o wartości nominalnej 1 tys. zł każdy, które stanowią 100 % w kapitale zakładowym spółki oraz uprawniają do wykonywania 100 % ogólnej liczby głosów na Zgromadzeniu Wspólników za cenę 6 913 tys. zł. Przeniesienie własności udziałów nastąpiło 30 września 2007 roku. Wskazana wyżej cena nabycia udziałów zostanie rozliczona w następujący sposób:

- kwota 3 600 tys. zł została zapłacona gotówką,
- kwota 3 313 zł zostanie rozliczona poprzez emisję 331 250 akcji serii E Makarony Polskie S.A. o wartości nominalnej 3 zł z wyłączeniem prawa poboru, która w drodze subskrypcji prywatnej skierowana zostanie do udziałowców spółki Abak Sp. z o.o. Cena emisyjna akcji serii E będzie wynosić 10 zł, a akcje tej emisji zostaną objęte przez sprzedających w zamian za wkład pieniężny. Umowa subskrypcji akcji serii E zostanie zawarta pomiędzy stronami w terminie 7 dni od daty podjęcia stosownej uchwały przez NWZ Spółki. W sytuacji, gdy NWZ Spółki nie wyrazi zgody na emisję akcji serii E z wyłączeniem prawa poboru, Makarony Polskie S.A. zapłacą sprzedającym pozostałą część ceny za udziały przelewem w terminie do dnia 15 stycznia 2008 roku. Zgodnie z warunkami zawartej umowy, niezależnie od ceny zakupu udziałów określonej powyżej, udziałowcom spółki Abak może zostać wypłacona premia w wysokości do 375 tys. zł, która będzie uzależniona od wyniku netto wypracowanego przez Abak Sp. z o.o. w okresie od września do grudnia 2007 roku i będzie równa zyskowi netto osiągniętemu przez spółkę w tym okresie.

7. Działania promocyjne – wsparcie sprzedaży

Wzrost sprzedaży produktów markowych został uznany jako priorytet w strategii działania wszystkich spółek Grupy Makarony Polskie. Planowany wzrost zostanie osiągnięty poprzez wprowadzenie produktów markowych do sieci super i hipermarketów, intensywną rozbudowę sieci dystrybucji w handlu tradycyjnym oraz konsekwentną budowę marki i wizerunku produktów przy wykorzystaniu ogólnopolskich kampanii medialnych.

Makarony Polskie S.A.

W roku 2007 przeprowadzona została wizerunkowa kampania reklamowa makaronu Sorenti, której realizacja zgodna była z przyjętą strategią produktową, zdefiniowanymi celami publicznej emisji akcji, a także założeniami marketingowo-sprzedażowymi.

Przygotowana kampania reklamowa miała na celu:

- zbudowanie wizerunku marki
- zachęcenie konsumentów do dokonania pierwszego zakupu
- wzrost znajomości spontanicznej i wspomaganej marki SORENTI
- rozszerzenie sieci sprzedaży (obniżenie kosztów wejścia)
- wzrost sprzedaży produktów

Przeprowadzone działania zakładały 6 aktywnych tygodni emisji spotów (15 sekund, oraz 30 sekund) oraz sponsoring programów telewizyjnych, których emisja odbyła się w najchętniej oglądanych stacjach w obranej grupie docelowej: TVN, TVP1, TVP2, TVP3, TV4, TVN7, TVN24, Kuchnia TV, stacje kablowe (Viva, MTV, National Geographic, Romantica, Hallmark, AXN i innych).

Za wyborem wiodącej roli komunikacji ATL przemawia możliwość szybkiej budowy zasięgu kampanii przy efektywnej częstotliwości, a jednocześnie stanowi ona najlepsze medium do budowania pozytywnego wizerunku produktu oraz firmy, gdyż reklama telewizyjna to nadal prestiż oraz gwarancja wysokiej jakości produktu.

W celu intensyfikacji działań dystrybucyjnych zmierzających do rozszerzenia sieci sprzedaży, przeprowadzono szereg akcji promocyjno-sprzedażowych dla odbiorców detalicznych i hurtowych. Ich efektem było wprowadzenie do sklepów asortymentu makaronów produkowanych przez firmę Makarony Polskie S.A.

Dodatkowym elementem wspierającym znajomość produktów oraz promocję Spółki było rozpoczęcie intensywnych działań public relations. Prasa giełdowa, ekonomiczna, codzienna, ale również prasa handlowa na bieżąco informowały opinię publiczną o emisji akcji, prowadzonych działaniach reklamowych, przejęciu udziałów w firmie Stoczek Sp. z o.o. Liczne informacje prasowe ukazały się w:

- prasie ogólnopolskiej („Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza”),
- regionalnej prasie codziennej („Super Nowości”, „Nowiny”),
- specjalistycznej prasie giełdowej („Puls Biznesu”, „Parkiet”),
- prasie handlowej („Trendy Foods”)
- portalach informacyjnych (PAP, Bankier.pl, Interia).

Jednocześnie w prasie kobiecej, kulinarnej oraz handlowej ukazało się wiele komunikatów prasowych o makaronie Sorenti, które pomagają w budowaniu pozytywnego wizerunku marki i produktu. Makarony Polskie S.A. były również organizatorem konferencji dla

przedstawiciele prasy ogólnopolskiej, podczas których przedstawiane były plany strategiczne Spółki związane z publiczną emisją akcji, debiutem giełdowym oraz przejęciem firmy Stoczek.

Reportaże o firmie Makarony Polskie S.A. oraz wywiady z Prezesem Zarządu były emitowane w ogólnopolskiej telewizji biznesowej (TVN 24, Biznes TV) oraz regionalnej (TVP Rzeszów), dzięki czemu Spółka zyskała w świadomości klientów i kontrahentów wizerunek stabilnego przedsiębiorstwa o ugruntowanej pozycji rynkowej.

Otrzymane certyfikaty i wyróżnienia – Makarony Polskie S.A.

1. Nominacja makaronu Sorenti do nagrody "**Oskary FMCG**" przyznawanej przez handlowe pismo branżowe *Życie Handlowe*,
2. Nagroda dla makaronu Sorenti i Makaronu Staropolskiego w konkursie „**Poznaj Dobrą Żywność**” organizowanym przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi ,
3. Zajęcie 86 miejsca w „**Rankingu Najlepszych Firm Podkarpacia. Złota Setka**”,
4. Zajęcie 3 miejsca na „**Liście 10 największych przedsiębiorstw Podkarpacia wg dynamiki przychodów ze sprzedaży**”,
5. Nominacja firmowej strony internetowej do nagrody „**Złota Strona Emitenta**” organizowanego przez *Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych*,
6. Wyróżnienie firmy w konkursie „**Europejska Firma**” organizowanego przez *Gazetę Prawną* i *Fortis Bank*.

Stoczek Sp. z o.o. - prace nad marką

Prace Działu Marketingu skupiły się na kluczowej kategorii produktów, jaką są dania gotowe. Wspecjalizowany instytut badawczy przeprowadził gruntowne badania marketingowe, dzięki którym poznaliśmy postrzeganie marki Stoczek na tle bezpośredniej konkurencji (nazwa, logo, tożsamość vs wizerunek). Raport z badań stanowił dla agencji kreatywnej solidną podstawę do stworzenia filozofii marki Stoczek oraz jej strategii komunikacji.

W badaniach położono też nacisk na opakowania dań gotowych w kontekście opakowań konkurencji (ich funkcję informacyjną, promocyjną i wizerunkową oraz hierarchię ważności komunikatów). Wnioski z badań posłużyły agencji projektowej do stworzenia nowego logotypu oraz grafiki opakowań.

Trwają prace nad kreacją przekazu oraz przygotowaniem kampanii wizerunkowej i działań prosprzedażowych w miejscach sprzedaży, co ma zachęcić do pierwszego zakupu.

Wprowadzenie na rynek dań w nowej szacie graficznej oraz rozpoczęcie kampanii komunikującej przewidziane jest na I kwartał 2008 roku.

Prace nad produktem

W III kwartale 2007 roku kontynuowane były prace laboratoryjne i technologiczne, których celem było udoskonalenie dań gotowych pod względem ich sensoryki: wygląd, konsystencja i struktura, barwa, zapach i smak.

Dystrybucja

Celem poprawy dystrybucji numerycznej i wolumenu sprzedaży, na etapie realizacji jest akcja promocyjna dla odbiorców detalicznych i tzw. podhurtów. Działania Grupy Makarony Polskie miały na celu wprowadzenie dań gotowych marki Stoczek do tych punktów sprzedaży detalicznej, w których marka ta dotychczas nie była obecna.

Działania PR

Spółka Stoczek angażowała się w sponsoring m.in wyprawy żeglarskiej: „Grenlandia 2007”, który odbył się w terminie 25.06 – 7.09.2007, II Międzynarodowych Zawodów Balonowych o Puchar SPA Nałęczów i XXIII Balonowych Mistrzostw Polski NAŁĘCZÓW

O firmie Stoczek pisano w prasie handlowej: magazyn „Handlowiec Info”. Wypowiedzi Prezesa Zarządu były też cytowane w magazynach „Hurt i Detal”, „Trendy Foods” i „Coolbiznes”.

8. Segmenty działalności

Segment branżowy jest dającym się wyodrębnić obszarem działalności Grupy, w ramach którego następuje dystrybucja towarów lub świadczenie usług, który podlega ryzyku i charakteryzuje się poziomem zwrotu z poniesionych nakładów inwestycyjnych różnym od tych, które są właściwe dla innych segmentów branżowych.

Krajem macierzystym Grupy jest Polska, tutaj ulokowane są jej wszystkie aktywa operacyjne oraz uzyskiwana większość przychodów z tytułu prowadzonej działalności. Regiony w których działają spółki z Grupy, z uwagi na bliskość lokalizacji, podobne warunki ekonomiczne i ryzyko, należy uznać za obszar względnie jednorodny.

Ze względu na geograficzny podział działalności, Grupa Makarony Polskie wyróżnia segment sprzedaży krajowej oraz eksportowej, przede wszystkim do krajów europejskich. Struktura przychodów ze względu na podział geograficzny została opisana w punkcie „Przychody ze sprzedaży z podziałem na rynki zbytu – Grupa Makarony Polskie”.

Grupa działa w trzech segmentach sprawozdawczych - pierwszy segment obejmuje produkcję makaronu, drugi - produkcję dań gotowych a trzeci segment – produkcję przetworów owocowo-warzywnych.

9. Stanowisko Zarządu odnośnie możliwości zrealizowania wcześniej opublikowanych prognoz wyników

Spółka Makarony Polskie S.A. zaprezentowała przewidywane dane dotyczące wyników za 2007 rok w Prospekcie Emisyjnym. Spółka prognozowała poprawę wyniku finansowego w 2007 roku w stosunku do roku ubiegłego i osiągnięcie zysku operacyjnego na poziomie 3 718 tys. zł i zysku netto na poziomie 2 730 tys. zł.

W dniu 16 października 2007 roku Zarząd Emitenta opublikował korektę prognoz wyników Grupy Makarony Polskie za 2007 rok. Grupa Makarony Polskie prognozuje osiągnięcie 1 774 tys. zł zysku netto przy przychodach na poziomie 84 745 tys. zł. EBITDA osiągnie wartość 4 451 tys. zł.

Wyszczególnienie	A Makarony Polskie S.A. 2006	B Plan finansowy Grupy Kapitałowej Makarony Polskie na 2007 rok (prospekt)	C Grupa Kapitałowa Makarony Polskie 2007 E	C-A Zmiana w stosunku do roku 2006
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	46 557	96 876	84 746	38 189
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	8 209	21 014	15 507	7 298
Zysk (strata) na sprzedaży	2 540	4 765	1 706	-835
Zysk (strata) z działalności operacyjnej /EBIT/	2 450	4 853	1 683	-767
Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja /EBITDA/	3 818	8 074	4 452	633
Zysk (strata) brutto /EBT/	2 159	5 155	2 304	145
Zysk (strata) netto	1 822	4 405	1 774	-48

Plan finansowy Grupy Makarony Polskie na 2007 rok (dane w tys. zł)

Wyszczególnienie	Makarony Polskie S.A. 2006	Makarony Polskie S.A. 2007 E	Stoczek Sp. z o.o. (okres VI- XII) 2007 E	Abak Sp. z o.o. (okres X-XII) 2007 E	Grupa Kapitałowa Makarony Polskie 2007 E
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	46 557	65 622	16 074	4 466	84 746
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	8 209	11 570	3 495	920	15 507
Zysk (strata) na sprzedaży	2 540	1 870	-223	58	1 706
Zysk (strata) z działalności operacyjnej /EBIT/	2 450	1 905	-279	58	1 683
Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja /EBITDA/	3 818	3 734	580	139	4 452
Zysk (strata) brutto /EBT/	2 159	1 745	540	20	2 304
Zysk (strata) netto	1 822	1 343	416	16	1 774

Zarząd Spółki dokonując korekty prognozy na rok 2007 uwzględnił następujące czynniki i zdarzenia:

1. drastyczny wzrost cen mąki w okresie III kwartału 2007 roku
2. późniejszy niż zakładano termin realizacji przejęcia spółki Stoczek – objęcie konsolidacją wyników finansowych Stoczka od czerwca 2007 roku. Opóźniło to również wdrożenie działań naprawczych i restrukturyzacyjnych w Spółce.

Podstawowym powodem pogorszenia wyniku finansowego i konieczności korekty prognoz finansowych, był bardzo duży wzrost cen mąki jaki nastąpił w sierpniu i wrześniu tego roku. O ile średnia cena płacona przez Spółkę za kilogram mąki w I kwartale 2007 roku wynosiła 0,94 gr, to średnia cena we wrześniu była o 27 % wyższa i wyniosła 1,19 zł. Biorąc pod uwagę, że mąka ma ponad 60 % udział w koszcie wytworzenia produktu gotowego, wzrost taki musiał istotnie wpłynąć na uzyskiwane marże.

Jeszcze we wrześniu Spółka podjęła działania mające na celu zmniejszenie skutków wzrostu cen surowca, poprzez podwyżki cen swoich produktów. Wynegocjowane zostały nowe ceny dostaw zarówno do odbiorców hurtowych jak i sieci handlowych.

Należy podkreślić, że podobnie jak w latach ubiegłych, w celu zabezpieczenia się przed skutkami wahań na rynku cen zbóż, Spółka podpisała umowy na dostawy mąki z gwarantowaną ceną dostawy. Zabezpieczenia te zmniejszyły, ale nie wyeliminowały całkowicie skutków podwyżek cen mąki.

Drugim powodem konieczności korekty prognoz wyników finansowych Grupy były gorsze od zakładanych wyniki finansowe spółki zależnej Stoczek.

Późniejszy niż zakładano termin przejęcia Stoczka spowodował opóźnienie we wdrożeniu programu restrukturyzacji Spółki. Szybki i pozytywny efekt udało się osiągnąć tylko przy redukcji kosztów sprzedaży. Na rozpoczęte w drugim kwartale prace dotyczące w szczególności rozszerzenia sieci dystrybucji i pozyskania nowych odbiorców, w tym instytucjonalnych należy poczekać do początku roku 2008. Wtedy też oczekujemy efektów prac dotyczących poprawy wizerunku produktów Stoczek.

Czynnikami, które dodatkowo negatywnie wpłynęły na wynik spółki Stoczek były: kurs złotego wobec EURO i wysoka cena na rynku pieczarki. Bardzo niska marża, wobec rosnącej skali sprzedaży eksportowej pieczarki sterylizowanej, silnie wpłynęła na spadek rentowności

sprzedaży brutto. Spółka podjęła działania dotyczące zmiany warunków kontraktu i dodatkowego zabezpieczenia się przed ryzykiem kursowym.

Mimo opisanych wyżej niekorzystnych tendencji, Spółka konsekwentnie realizowała działania, których celem ma być wzrost udziałów rynkowych i wartości sprzedaży produktów markowych. Koszty związane z promocją i rozszerzaniem dystrybucji produktów markowych wyniosły prawie 3 mln zł, w tym 1,5 mln zł to nakłady na promocję makaronu Sorenti, a 1,46 mln zł to koszty związane ze wsparciem sprzedaży (prawie 1 mln stanowią w tym koszty jednorazowe związane z wejściem do nowych punktów sprzedaży). Znacząca część tych nakładów przypadła na III kwartał tego roku. Inwestycje te przynoszą już spodziewany efekt, poziom dystrybucji numerycznej ważonej makaronu Sorenti wzrósł z 2 % w 2006 roku do 23 % w sierpniu 2007 roku, a udział w rynku makaronu wzrósł do 4,1 % wartościowo w okresie czerwiec – lipiec 2007 z czego 2,3 % przypadało na Makarony Polskie, a 1,8 % na spółkę Abak (AC Nielsen).

Spółka zrealizowała do tej pory większość celów emisyjnych, zgodnie z założonym harmonogramem. Środki pozyskane z emisji posłużyły m.in. do: zwiększenia kapitału obrotowego, sfinansowania akwizycji 100 % udziałów i podwyższenia kapitału firmy Stoczek Sp. z o.o., sfinansowania akwizycji firmy Abak Sp. z o.o., zakupu linii do produkcji form krótkich o wydajności 1 800 kg/h, budowy magazynu wysokiego składowania w Płocku oraz inwestycji w automatyzację systemów konfekcjonowania.

10. Informacje o toczących się postępowaniach dotyczących zobowiązań lub wierzytelności Spółki dominującej lub jednostek zależnych

W prezentowanym okresie sprawozdawczym przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej nie toczyły się postępowania dotyczące zobowiązań i wierzytelności firmy Makarony Polskie S.A. lub jednostek zależnych, których łączna wartość stanowiłaby co najmniej 10 % kapitałów własnych firmy Makarony Polskie S.A.

11. Cykliczność i sezonowość działalności

W okresie III kwartału 2007 roku działalność spółek Grupy Kapitałowej Makarony Polskie nie podlegała sezonowości i cykliczności, jednakże w skali roku działalność operacyjna cechuje się sezonowością.

W zakresie głównej działalności firmy Makarony Polskie S.A. oraz Abak Sp. z o.o. jaką jest produkcja i sprzedaż makaronu nie występuje zjawisko sezonowości. Spółki osiągają nieznacznie mniejszą sprzedaż w kwietniu i grudniu; co jest związane z mniejszą liczbą dni, w których jest prowadzona sprzedaż ze względu na okres świąteczny i noworoczny. Stoczek Sp. z o.o. zajmuje się produkcją dań gotowych i przetwórstwem owocowo-warzywnym; okres letni sprzyja wzrostowi sprzedaży wszystkich produktów.

12. Opis transakcji pomiędzy podmiotami powiązаныmi

W okresie objętym sprawozdaniem nie występowały istotne transakcje z podmiotami z powiązаныmi. Transakcje z podmiotami powiązаныmi miały charakter typowych rozrachunków handlowych. Spółka Makarony Polskie S.A. świadczyła również usługi dla firmy Stoczek.

Stan pożyczek udzielonych przez Makarony Polskie S.A. spółce Stoczek na dzień 30 września 2007 roku wynosił 814 tys. zł. Zgodnie z zapisami umów kwota ta powinna zostać spłacona do końca 2007 roku.

13. Informacja o udzieleniu przez Makarony Polskie S.A. poręczeń kredytu, pożyczki i udzieleniu gwarancji

W dniu 6 lipca 2007 roku firma Makarony Polskie S.A. udzieliła spółce Stoczek poręczenia obrotowego kredytu walutowego i weksla in blanco do wysokości 450 tys. EURO.

14. Informacje o planowanych emisjach akcji

W związku z zapisami umowy zawartej w dniu 27 września 2007 roku pomiędzy Makarony Polskie S.A. a udziałowcami Abak Sp. z o.o. planowana jest emisja akcji serii E spółki Makarony Polskie. Po uzyskaniu zgody Walnego Zgromadzenia, spółka Makarony Polskie wyemituje 331 250 (słownie: trzysta trzydzieści jeden tysięcy dwieście pięćdziesiąt) akcji serii E, które w drodze subskrypcji prywatnej skierowane zostaną do dotychczasowych udziałowców Abak Sp. z o.o.

15. Istotne informacje o realizacji celów emisji i wykorzystaniu środków pozyskanych z emisji akcji

Kwota wpływów z emisji akcji serii C spółki Makarony Polskie S.A. wyniosła 27 mln zł. Wykorzystanie tych środków do dnia przekazania niniejszego raportu jest następujący:

- nabycie udziałów i podwyższenie kapitału zakładowego w Stoczek Sp. z o.o. – kwota 17 858 tys. zł,

- spłata kredytu na zaliczkę przy zakupie udziałów w Stoczek Sp. z o.o. – kwota 1 200 tys. zł,
- zakup nieruchomości (działki + budynek magazynowy w Płocku) – kwota 1 725 tys. zł,
- zakup udziałów w Abak Sp. z o.o. – kwota 3 600 tys. zł,
- zakup linii do produkcji form krótkich makaronu 3 202 tys. zł. (zapłaty dokonano częściowo ze środków z emisji a częściowo z wpływów z działalności bieżącej).

16. Informacje dotyczące zatrudnienia w spółkach Grupy Makarony Polskie

Stan zatrudnienia na dzień 30 września 2007 roku w Grupie Makarony Polskie S.A. przedstawia się następująco:

- Makarony Polskie S.A. – 136 pracowników,
- Stoczek Sp. z o.o. – 103 pracowników,
- Abak sp. z o.o. – 140 pracowników.

Struktura zatrudnienia w Makarony Polskie S.A.

	stan na 30 września 2007 roku	stan na 31 grudnia 2006 roku
Zarząd	3	2
Dział administracyjny	19	13
Dział produkcyjny	58	51
Dział handlowy	36	15
Pozostali pracownicy	20	10
Pracownicy ogółem	136	91

Struktura zatrudnienia w Stoczek Sp. z o.o.

	stan na 30 września 2007 roku	stan na 31 grudnia 2006 roku
Zarząd	0	1
Dział administracyjny	8	8
Dział produkcyjny	58	53
Dział handlowy	5	28
Pozostali pracownicy	32	33
Pracownicy ogółem	103	123

17. Czynniki mające znaczący wpływ na wyniki finansowe możliwe do uzyskania w IV kwartale 2007 roku

W dniu 3 października 2007 roku podpisany został Aneks nr 3 do umowy zawartej z Agencją Rynku Rolnego w dniu 15 grudnia 2006 roku, a obejmującej dostawy makaronu realizowane w ramach programu "Dostarczanie żywności dla najuboższej ludności Unii Europejskiej 2007". Umowa została szczegółowo opisana w Prospekcie Emisyjnym Spółki, jako umowa

znacząca. W zawartym Aneksie strony ustaliły wydłużenie ostatecznego czasu realizacji dostaw w ramach kontraktu z 31 października 2007 roku do 31 grudnia 2007 roku.

Spółka zależna Stoczek przystąpiła do rozmów dotyczących zmian warunków umowy podpisanej w dniu 4 czerwca 2007 roku z odbiorcą pieczarki sterylizowanej. Ze względu na duży wzrost cen i brak surowca do produkcji, negocjowana jest zmiana warunków cenowych i harmonogramu dostaw. Ze względu na wielkość kontraktu (miesięczna wartość rozliczanych w EURO dostaw stanowi równowartość ok. 500.000 zł), zmiana warunków może mieć istotne znaczenie dla wyników finansowych Spółki.

Wobec rosnącej wartości eksportu realizowanego przez spółkę Stoczek, niekorzystnie na wyniki finansowe spółki w IV kwartale wpłynąć może umacnianie się kursu złotego wobec EURO. W celu zmniejszenia ryzyka kursowego spółka stosuje zabezpieczenia w postaci zakupów opakowań i surowca w walucie EURO. Również kredyt obrotowy służący finansowaniu działalności operacyjnej został zaciągnięty jako równowartość w złotych kwoty 300.000 EURO.

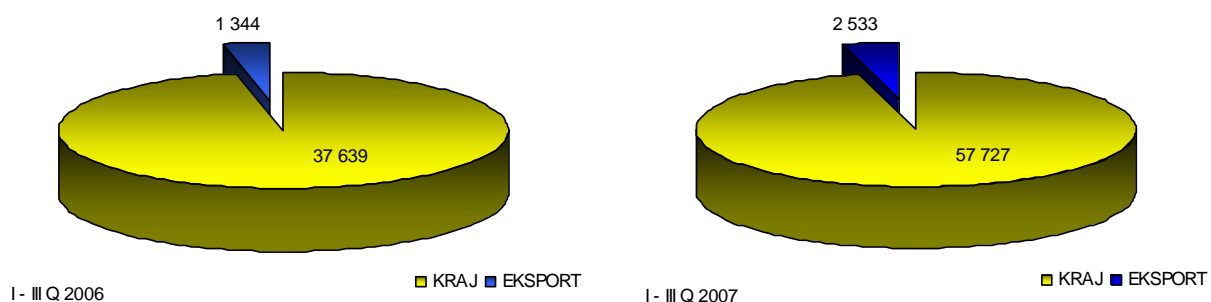
III. Komentarz do wyników finansowych oraz bilansu Grupy Kapitałowej Makarony Polskie

1. ANALIZA SPRZEDAŻY

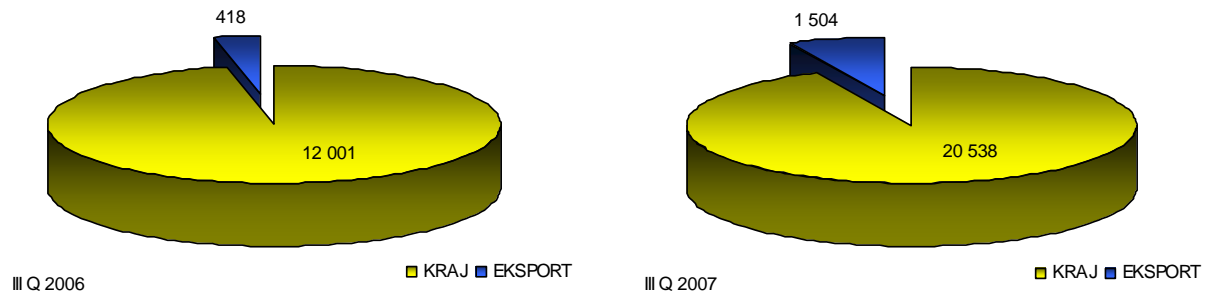
a) Przychody ze sprzedaży z podziałem na rynki zbytu – Grupa Makarony Polskie

Wzrost przychodów ze sprzedaży po trzech kwartałach roku 2007, w porównaniu z tym samym okresem roku 2006, wyniósł 54,6 %. Tak duża dynamika wynikała głównie ze wzrostu przychodów ze sprzedaży Makaronów Polskich S.A oraz z przejęcia spółki Stoczek (konsolidacja przychodów tej spółki od momentu przejęcia odpowiada za 38 % wzrostu przychodów).

Podobnie jak w latach poprzednich dominowała sprzedaż na rynku krajowym, na który przypadało 95,8 % przychodów ze sprzedaży Grupy.

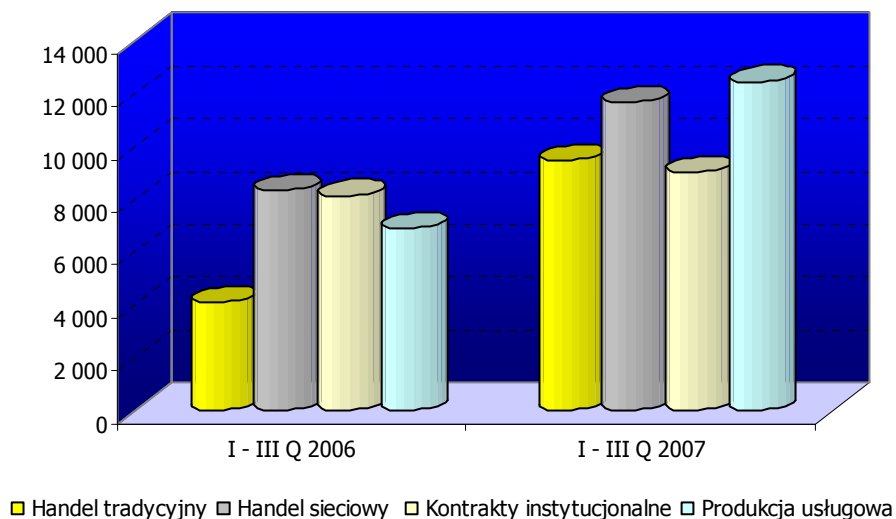


Silną tendencję wzrostową wykazuje udział przychodów ze sprzedaży eksportowej. W trzecim kwartale wartość eksportu wyniosła 1,5 mln zł, co stanowiło 6,8 % wartości sprzedaży ogółem i prawie 60 % sprzedaży eksportowej zrealizowanej od początku roku. Biorąc pod uwagę już podpisane i planowane kontrakty eksportowe, przewidywane jest utrzymanie wysokiej dynamiki sprzedaży eksportowej również w IV kwartale tego roku.



Rynek krajowy

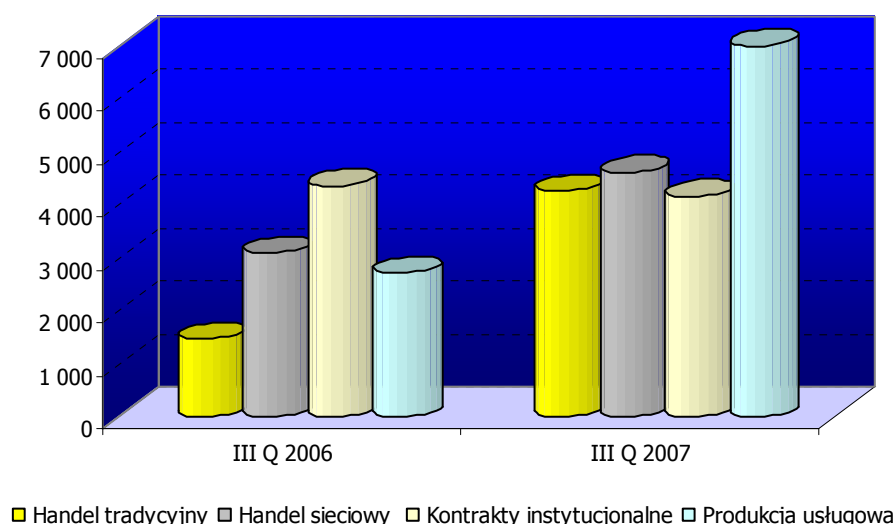
Wzrost wartości sprzedaży krajowej po trzech kwartałach 2007 roku wyniósł 53,4 % i nastąpił we wszystkich kanałach dystrybucji. Na wzrost ten złożyły się: wzrost sprzedaży w spółce Makarony Polskie (rezultatem tego wzrostu był 37,7 % wzrost przychodów Grupy) oraz konsolidacja przychodów spółki Stoczek (15,7 % wzrost przychodów Grupy).



Decydujące znaczenie dla osiągniętej dynamiki wzrostu sprzedaży Grupy miały:

- realizacja zwiększonej produkcji usługowej (wzrost sprzedaży Grupy o 15 %), pozwoliła na pełne wykorzystanie mocy produkcyjnych i obniżenie jednostkowego kosztu wytworzenia,
- strategia Grupy nakierowana na wzrost sprzedaży w handlu tradycyjnym (wzrost o 14,4 %), której rezultatem była rozbudowa zespołu sprzedaży i podpisane umowy z nowymi dystrybutorami na terenie całej Polski,
- wzrost przychodów w handlu sieciowym (9,1 %), który został uzyskany przede wszystkim dzięki wprowadzeniu do sprzedaży produktów markowych w sieciach handlowych.

Sprzedaż krajowa w trzecim kwartale 2007 roku wzrosła o 71,1 % w porównaniu z trzecim kwartałem roku 2006.



Dla osiągniętej struktury sprzedaży krajowej Grupy w III kwartale 2007 roku duże znaczenie miała konsolidacja przychodów przejętej spółki Stoczek, której przychody wyniosły 4,7 mln zł.

W analizowanym okresie zarówno pod względem wartości jak i dynamiki najwyraźniej rosły przychody Grupy ze sprzedaży w kanale produkcji usługowej (wzrost o 4,3 mln zł, czyli o 157 %) oraz w handlu tradycyjnym (odpowiednio 2,8 mln zł, 191 %).

Handel tradycyjny

Wzrost sprzedaży w handlu tradycyjnym stanowi jeden z głównych kierunków rozwoju w strategii Grupy Makarony Polskie. Sprzedaż Grupy w tym kanale do września 2007 roku wyniosła 9,5 mln zł, co stanowi wzrost o 131 % w stosunku do analogicznego okresu 2006 roku. Udział tego kanału dystrybucji w sprzedaży Grupy wzrósł z 10 % do 16 % po trzech kwartałach 2007 roku. Istotne znaczenie dla osiągniętego wyniku miało przejęcie spółki

Stoczek i konsolidacja sprzedaży tej spółki w handlu tradycyjnym od czerwca 2007 roku. W trzecim kwartale z 4,3 mln zł sprzedaży Grupy w tym kanale, 56 % stanowiły przychody zrealizowane przez przejętą spółkę.

Osiągnięte wyniki uzyskane zostały również dzięki rozszerzeniu asortymentu - wprowadzaniu do kolejnych dystrybutorów makaronu Sorenti, poniesieniu znaczących nakładów marketingowych (reklama telewizyjna) oraz na wsparcie sprzedaży.

Zgodnie z strategią Grupy, w trzecim kwartale trwała rozbudowa struktur handlu tradycyjnego. Zatrudnienie planowane jest na poziomie 38 osób do końca bieżącego roku. Uzasadnieniem dla tak licznej struktury jest wykorzystanie jej do sprzedaży zarówno istniejących jak i planowanych produktów markowych Grupy (po ewentualnych kolejnych przejęciach oraz rozwoju nowych produktów).

Handel sieciowy

Sprzedaż w tym kanale dystrybucji (przede wszystkich produktów pod markami własnymi odbiorców), znacząco mniej rentownym od handlu tradycyjnego, zwiększa skalę produkcji i umożliwia obniżenie jednostkowych kosztów produkcji. W 2007 roku wzrost sprzedaży Grupy w tym kanale dystrybucji wyniósł 39,6 % w porównaniu do analogicznego okresu 2006 roku. Podkreślić należy, iż wynik ten osiągnięty został przede wszystkim przez wzrost sprzedaży produktów markowych Grupy. Sprzedaż ta charakteryzuje się znacząco wyższą rentownością od produkcji pod markami sieci, jednakże rozpoczęcie współpracy wiąże się z poniesieniem znaczących nakładów na wsparcie sprzedaży.

Sprzedaż Grupy w tym kanale dystrybucji do września 2007 roku wyniosła 11,7 mln zł w porównaniu z 8,4 mln zł w analogicznym okresie 2006 roku.

Kontrakty instytucjonalne

Począwszy od 2005 roku spółka Makarony Polskie S.A. prowadzi sprzedaż dla odbiorców instytucjonalnych. Jest to produkcja na zlecenie instytucji państwowych (Agencja Rynku Rolnego, wojsko itd.). Z roku na rok pozyskiwane są większe kontrakty, w trzecim kwartale 2007 roku Grupa realizowała sprzedaż w tym kanale dystrybucji. Przychody Grupy wyniosły do września 2007 roku 9,1 mln zł, z czego sprzedaż w trzecim kwartale wyniosła 4,2 mln zł. Analogiczne kwoty za rok 2006 wynoszą odpowiednio 8,2 mln zł oraz 4,4 mln zł.

Produkcja usługowa

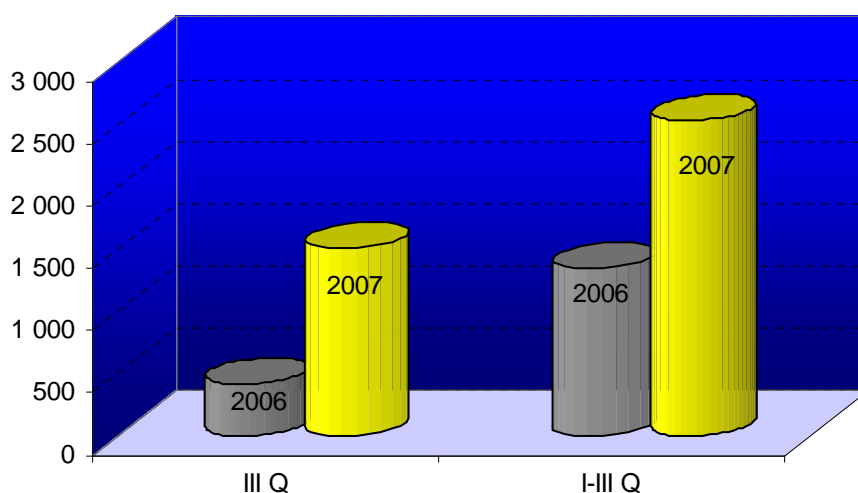
Kanał dystrybucji określony jako produkcja usługowa, to dostawy asortymentów produkowanych przez Grupę dla innych producentów/dostawców nie posiadających wystarczających mocy produkcyjnych do realizacji pozyskanych kontraktów.

Produkcja usługowa w roku 2007 realizowana była przede wszystkim przez spółkę Makarony Polskie S.A. Łączna wartość zrealizowanych kontraktów wyniosła 12,5 mln zł z czego 7 mln zł przychodów zrealizowanych zostało w III kwartale. Analogiczne kwoty za 2006 rok wynoszą odpowiednio 6,9 mln zł oraz 2,7 mln zł. Produkcja usługowa stanowiła ok. 22 % sprzedaży krajowej po trzech kwartałach 2007 roku.

Pozostałe przychody

Istotną pozycją w przychodach ze sprzedaży Grupy stanowiły przychody ze sprzedaży towarów i materiałów nie zakwalifikowanych do żadnego z powyższych kanałów dystrybucji, jako nie stanowiące przychodów z podstawowej działalności Grupy. Pojawiają się w związku z realizowanymi kontraktami instytucjonalnymi oraz współpracą z innymi spółkami produkcyjnymi. Wartość tych przychodów w okresie od stycznia do września 2007 roku wyniosła 15 mln zł, z czego 13,5 mln zł stanowiły przychody ze sprzedaży pszenicy kupionej od Agencji Rynku Rolnego w rozliczeniu dostaw makaronu realizowanych dla tej instytucji (kanał dystrybucji Kontrakty Instytucjonalne). Analogiczne przychody występowały w roku poprzednim w związku z realizacją kontraktu z tą instytucją.

Rynek zagraniczny



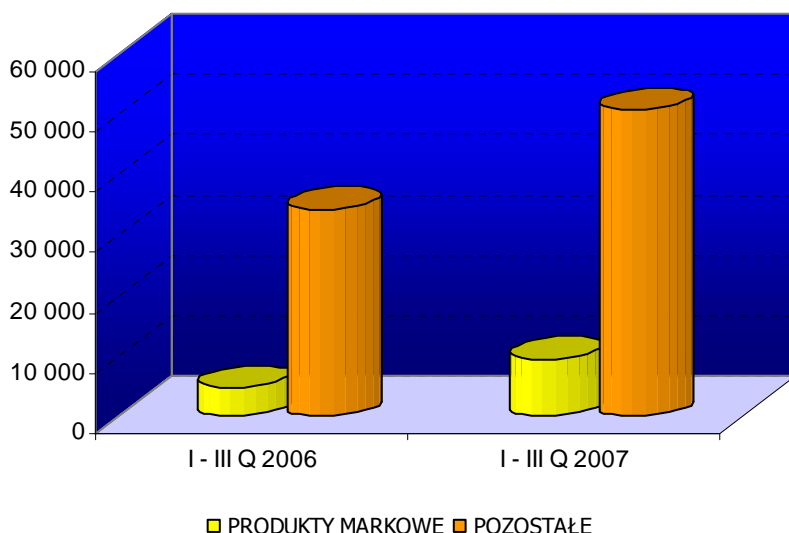
Wartość sprzedaży eksportowej Grupy Makarony Polskie w okresie styczeń – wrzesień 2006 roku wyniosła 1,3 mln zł, w tym samym okresie roku 2007 była o 92 % wyższa i wyniosła 2,5 mln zł. Tak znaczny wzrost wynika z objęcia konsolidacją sprzedaży eksportowej spółki Stoczek za okres czerwiec – wrzesień 2007 roku.

Z tego samego powodu sprzedaż eksportowa w III kwartale 2007 roku wzrosła o 260 % w stosunku do analogicznego kwartału 2006 roku.

Główne kierunki sprzedaży eksportowej to: Holandia, Szwecja, Wielka Brytania, Niemcy.

b) Przychody ze sprzedaży z podziałem na marki własne i obce – Grupa Makarony Polskie

Zgodnie ze strategią przyjętą przez Grupę realizowany jest wzrost sprzedaży produktów markowych. Spółka odnotowała wzrost sprzedaży tych produktów o 4,8 mln zł w roku 2007 oraz 2,2 mln zł w trzecim kwartale 2007 roku w porównaniu do analogicznych okresów roku poprzedniego, gdzie przychody ze sprzedaży wyniosły 4,7 mln zł za trzy kwartały oraz 1,6 mln zł w trzecim kwartale 2006 roku.



Podstawowe marki Grupy to:

- Sorenti, Makaron Staropolski oraz makaron Solare – produkcja makaronowa
- Stoczek- dania gotowe i dżemy,

Wartość sprzedaży produktów markowych po trzech kwartałach 2007 roku wyniosła 9,5 mln zł i stanowiła ok. 16 % przychodów ze sprzedaży Grupy. Wzrost wartości sprzedaży produktów markowych Grupy o 4,8 mln zł wynika z przejścia spółki Stoczek (wzrost o 2,2 mln zł) oraz konsekwentnej realizacji strategii polegającej na zwiększaniu sprzedaży

markowych produktów makaronowych zarówno w handlu tradycyjnym, jak i przez wprowadzanie tych produktów do sieci super i hipermarketów.

Marki makaronów: Sorenti, Staropolski, Solare

Produkty markowe wprowadzane są systematycznie do wszystkich dystrybutorów, z którymi Grupa już współpracuje lub nawiązuje współpracę.

Przychody ze sprzedaży makaronowych produktów markowych po trzech kwartałach tego roku wzrosły o 57 % w porównaniu z tym samym okresem roku poprzedniego i wyniosły 7,3 mln zł.

Najwięcej wzrosła wartość sprzedaży makaronu Sorenti (o ponad 260%), który został wprowadzony do sprzedaży w drugim kwartale 2006 roku. Dystrybucja numeryczna, rozumiana jako odsetek punktów sprzedaży detalicznej, w których obecny jest ten produkt, wzrosła z 1 % w 2006 roku do 7 % w okresie lipiec/sierpień 2007 roku – na podstawie danych MEMBR. Podkreślić należy, iż jednocześnie wskaźnik dystrybucji ważonej dla jednakowych okresów, oznaczający procent obrotu wygenerowanego przez sklepy, w których marka Sorenti jest obecna, w całkowitym obrocie detalicznym tej kategorii produktowej, wzrósł w prezentowanych okresach z 2 % do 23 %. Z danych tych wynika, że marka Sorenti wprowadzona została do oferty sklepów o dużym potencjale sprzedaży.

Praktycznie nie zmieniły się przychody ze sprzedaży makaronu Solare, który stanowi uzupełnienie oferty produktowej – niska półka markowa. Przychody osiągnięte z tej marki w 2007 roku wyniosły 1,4 mln zł.

Marka Stoczek

Wśród produktów markowych firmy Stoczek można wyróżnić konserwy warzywno-mięsne i dżemy.

Produkty markowe to m.in. flaki zamojskie i flaki wołowe w rosole, fasolka po bretońsku, bigos myśliwski, pulpety, klopsy, gołąbki, gulasz oraz dżemy wysoko i niskosłodzone.

Największe przychody ze sprzedaży c) wśród produktów markowych odnotowano ze sprzedaży flaków 19 %, a najniższe przychody ze sprzedaży dżemów 3 %.

Aktualnie Grupa Makarony Polskie realizuje strategię ukierunkowaną na poprawę wizerunku produktów markowych firmy Stoczek.

Grupa Makarony Polskie realizując swoją strategię konsolidacji rynku makaronu, powiększyła się o spółkę **Abak**. Objęcie konsolidacją przychodów tej spółki w IV kwartale tego roku

przyczyni się do dalszego wzrostu udziału produktów markowych w sprzedaży Grupy i zwiększenia udziału Grupy w rynku produktów markowych.

2. ANALIZA SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Sprawozdanie finansowe Makarony Polskie S.A.

MAKARONY POLSKIE S.A.	I - III Q 2007	I - III Q 2006	zmiana %	III Q 2007	III Q 2006	zmiana %
Przychody ze sprzedaży	53 265	38 982	36,6%	16 292	12 419	31%
Koszt własny sprzedaży	42 955	32 068	33,9%	13 622	9 667	41%
Rentowność sprzedaży brutto	19,36%	17,74%	9,1%	16,39%	22,16%	-26%
Koszty ogólnego zarządu	1 730	1 780	-2,8%	690	884	-22%
Koszty sprzedaży	5 427	2 376	128,4%	2 247	2 752	-18%
Amortyzacja	1 278	1 015	25,9%	486	351	38%
EBIT	2 573	2 651	-3,0%	665	1 211	-45%
EBITDA	3 851	3 667	5,0%	1 151	1 562	-26%
zysk brutto	2 445	2 394	2,1%	607	1 126	-46%
zysk netto	1 861	1 938	-4,0%	385	909	-58%
Rentowność EBIT	4,83%	6,80%	-29,0%	4,08%	9,75%	-58%
Rentowność EBITDA	7,23%	9,41%	-23,1%	7,06%	12,58%	-44%
Rentowność brutto sprzedaży	4,59%	6,14%	-25,3%	3,73%	9,06%	-59%
Rentowność netto sprzedaży	3,49%	4,97%	-29,7%	2,36%	7,32%	-68%

Przychody ze sprzedaży wzrosły w ciągu trzech kwartałów roku 2007 o 36,6 % w porównaniu z takim samym okresem roku 2006. Ze względu na wolniejszy wzrost kosztów wytworzenia produkcji sprzedanej, rentowność sprzedaży brutto poprawiła się i wzrosła z 17,7 % po trzech kwartałach 2006 roku do 19,4 %.

Rentowność mogła być wyższa, ale na osiągnięte marże negatywnie wpłynęły znaczne podwyżki cen mąki, jakie nastąpiły w III kwartale tego roku. Wzrost cen tego podstawowego surowca do produkcji o ok. 30 % w okresie sierpień-wrzesień spowodował spadek rentowności sprzedaży w trzecim kwartale 2007 do 16,4 %. Było to istotnie mniej niż w roku poprzednim, kiedy marża wyniosła 22,2 %.

Znaczne nakłady poniesione na rozbudowę sieci sprzedaży, koszty wprowadzenia produktów Spółki do kolejnych dystrybutorów i sieci, oraz nakłady na promocję spowodowały wzrost kosztów sprzedaży o ok. 3 mln zł, czyli o 128 % i spowodowały spadek wyniku operacyjnego Spółki o 3 % w porównaniu z wynikiem po trzech kwartałach roku poprzedniego. Część z tych kosztów związanych z rozszerzeniem sieci dystrybucji to koszty jednorazowe (wprowadzenie produktów do nowych dystrybutorów i sieci).

Znaczna część nakładów związanych z rozbudową sieci sprzedaży była poniesiona w trzecim kwartale 2007 roku. Wzrost kosztów wytworzenia produkcji sprzedanej i wysokie nakłady na rozbudowę sieci dystrybucji spowodowały spadek wyniku operacyjnego w trzecim kwartale o 45 %, a wyniku brutto o 46 %.

Znaczny spadek pozostałych kosztów operacyjnych wynika ze sposobu rozliczenia kontraktu na dostawę makaronu dla Agencji Rynku Rolnego. W pozycji tej uwzględniono w formie rezerwy przewidywane straty ze sprzedaży makaronu objętego kontraktem z ARR, który będzie dostarczony w IV kwartale tego roku. Przychody i wynik na sprzedaży makaronu dostarczonego do ARR, oraz przychody i wynik na sprzedaży pszenicy otrzymanej z ARR w ramach rozliczenia, należy traktować łącznie, jako wynik realizacji kontraktu. W związku z tym, że przychody (i zyski) związane ze sprzedażą pszenicy, zostały zaksięgowane już w całości w wyniku po trzech kwartałach, w celu właściwej prezentacji wyniku na realizowanym kontrakcie, przez rezerwę w pozycji pozostałe koszty operacyjne, uwzględniona jest też w wyniku cała przewidywana strata ze sprzedaży makaronu. Rezerwa ta rozwiązywana jest w miarę realizacji kontraktu, a w koszty wytworzenia, w rachunku zysków i strat księgowana jest rzeczywista strata ze sprzedaży. Zastosowanie takiej metody uzasadnione jest faktem osiągania wyniku na kontrakcie poprzez połączenie wyniku na sprzedaży makaronu i zysku na obrocie pszenicą. W okresie III kwartału pozostałe koszty operacyjne obniżyły się o 861 tys. zł.

AKTYWA

	<i>30 września 2007 roku</i>	<i>31 grudnia 2006 roku</i>
AKTYWA TRWAŁE (długoterminowe)	51 990	20 687
Rzeczowe aktywa trwałe	25 623	19 371
Wartości niematerialne	118	75
Inwestycje w jednostki zależne	26 102	1 220
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	148	21
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		
AKTYWA OBROTOWE (krótkoterminowe)	23 976	8 075
Zapasy	3 689	2 520
Należności z tytułu dostaw i usług	11 194	3 782
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	304	159
Pozostałe należności	181	437
Udzielone pożyczki	814	200
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	6 690	197
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 104	780
SUMA AKTYWÓW	75 966	28 762

Wartość aktywów Spółki w porównaniu z końcem roku 2006 wzrosła o 164 % i wyniosła na dzień 30 września 2007 roku 75 966 tys. zł. Tak znacząca zmiana wartości aktywów wynika ze:

- wzrostu wartości rzeczowych aktywów trwałych o 6,3 mln zł głównie w wyniku realizacji zapisanych w Prospekcie Emisyjnym inwestycji produkcyjnych w zakładzie w Płocku (linia do produkcji form krótkich makaronu, węzeł mączny, magazyn wysokiego składowana oraz system przechowywania i konfekcjonowania makaronu).
- wzrostu wartości inwestycji w jednostki zależne - w pozycji tej zaksięgowano wartość udziałów w spółkach Stoczek i Abak,
- wzrostu wartości należności – przeważającą część nadwyżki należności z tytułu dostaw i usług w porównaniu z rokiem 2006 stanowią należności od Agencji Rynku Rolnego związanych z realizowanym kontraktem (ok. 4,6 mln zł) oraz od powiązanej spółki Stoczek Sp. z o.o. (ok. 1,8 mln zł). Za pozostałą część wzrostu odpowiedzialny jest wzrost skali działalności Spółki.
- wzrostu wartości środków pieniężnych – niewydatkowane jeszcze środki pozyskane z emisji akcji.

PASYWA

	<i>30 września 2007 roku</i>	<i>31 grudnia 2006 roku</i>
KAPITAŁ WŁASNY PRZYPADAJĄCY NA AKCJONARIUSZY SPÓŁKI	58 042	18 792
Kapitał podstawowy	26 756	12 549
Kapitał zapasowy	29 380	4 374
Zysk/strata z lat ubiegłych	45	47
Zysk netto	1 861	1 822
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	2 014	1 559
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	214	10
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	260	301
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	56	37
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	974	1 050
Długoterminowe zobowiązania finansowe- leasing	511	161
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	15 910	8 411
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	55	3 666
Zobowiązania finansowe	399	115
Zobowiązania krótkoterminowe z tytułu dostaw i usług	7 490	4 490
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych		
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	7 212	
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	102	104
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	3	36

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie
Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za III kwartał 2007 roku (w tysiącach złotych)

Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	649	
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	17 924	9 970
SUMA PASYWÓW	75 966	28 762

Wzrost wartości aktywów był sfinansowany publiczną emisją akcji serii C i zamkniętą emisją akcji serii D skierowaną do udziałowców spółki Stoczek Sp. z o. o. Kapitał zakładowy Spółki wzrósł do kwoty 26 756 tys. zł. Nadwyżka ceny emisyjnej nad ceną nominalną pomniejszona o koszty emisji przeniesiona została na kapitał zapasowy.

W pozycji „pozostałe zobowiązania krótkoterminowe” zawarte jest zobowiązanie zapłaty ceny (6,9 mln zł) za 100 % udziałów spółki Abak. Zgodnie z zapisami umowy zapłata części ceny: 3,6 mln zł nastąpiła gotówką w październiku, pozostała część ceny zostanie rozliczona poprzez emisję 331 250 akcji serii E Makarony Polskie S.A., która w drodze subskrypcji prywatnej skierowana zostanie do udziałowców spółki Abak Sp. z o.o.

Wzrost zobowiązań z tytułu dostaw i usług w stosunku do porównywalnego okresu wynika przede wszystkim z rozliczeń kontraktu z Agencją Rynku Rolnego (ok. 2 mln zł), oraz rozliczeń z producentami makaronu, realizujących produkcję na zlecenie Makaronów Polskich S.A. w momencie braku wystarczających mocy produkcyjnych (ok. 1,4 mln zł).

Sprawozdanie finansowe Stoczek Sp. z o.o.

Stoczek Sp. z o.o.	I - III Q 2007	I - III Q 2006	zmiana %	III Q 2007	III Q 2006	zmiana %
Przychody ze sprzedaży	14 763	14 252	4%	6 750	5 010	35%
Koszt własny sprzedaży	11 244	9 463	19%	5 614	3 276	71%
Koszty ogólnego zarządu	1 841	1 509	22%	638	550	16%
Koszty sprzedaży	2 578	2 956	-13%	1 020	1 069	-5%
Rentowność sprzedaży brutto	23,84%	33,60%	-29%	16,83%	34,61%	-51%
Amortyzacja	1 121	1 148	-2%	371	386	-4%
EBIT	-887	246	-460%	-463	77	-704%
EBITDA	234	1 394	-83%	-92	463	-120%
zysk brutto	-311	-830	-63%	-641	-288	123%
zysk netto	-557	-830	-33%	-651	-288	126%
Rentowność EBIT	-6,01%	1,73%	-448%	-6,86%	1,53%	-548%
Rentowność EBITDA	1,58%	9,78%	-84%	-1,36%	9,24%	-115%
Rentowność brutto sprzedaży	-2,11%	-5,83%	-64%	-9,49%	-5,74%	65%
Rentowność netto sprzedaży	-3,77%	-5,83%	-35%	-9,64%	-5,74%	68%

Przychody ze sprzedaży spółki po trzech kwartałach były porównywalne z analogicznym okresem roku poprzedniego, wzrost o 4 %, znaczącemu pogorszeniu uległa natomiast

rentowność sprzedaży brutto. Wśród przyczyn pogorszenia wyniku brutto ze sprzedaży wymienić należy:

- wzrost cen surowców do produkcji – w szczególności ceny przedzołądków wołowych i pieczarek,
- spadek wielkości sprzedaży w II kwartale – reorganizacja sprzedaży i połączenie zespołów sprzedaży spółek Makarony Polskie i Stoczek spowodowały okresowy spadek sprzedaży, a tym samym znaczący wzrost jednostkowego kosztu wytworzenia produktów spółki i spadek marż.
- umocnienie kursu zł w stosunku do EURO – zakładany w prognozach finansowych kurs wynosił 3,85 zł/EURO

Przychody ze sprzedaży wzrosły o 35 % w trzecim kwartale roku 2007 w porównaniu z analogicznym okresem roku 2006. Wynika to głównie z realizacji nowych kontraktów instytucjonalnych i wzrostu sprzedaży eksportowej o ok. 1,13 mln zł.

W związku ze zmianami kursu zł/EURO i niekorzystnymi zmianami ceny pieczarki świeżej, spółka Stoczek przystąpiła do negocjacji nowych warunków cenowych kontraktu eksportowego. Ich pozytywne zakończenie przynieść ma znaczącą poprawę rentowności w IV kwartale 2007 roku.

Zmniejszenie kosztów sprzedaży o ponad 12 % w roku 2007 w porównaniu do roku 2006 wynika z połączenia zespołów sprzedaży spółek Makarony Polskie i Stoczek.

AKTYWA

	<i>30 września 2007 roku</i>	<i>31 grudnia 2006 roku</i>
AKTYWA TRWAŁE (długoterminowe)	25 572	26 310
Rzeczowe aktywa trwałe	24 391	24 776
Wartości niematerialne	17	28
Inwestycje w jednostki zależne		
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego		
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 163	1 507
AKTYWA OBROTOWE (krótkoterminowe)	6 476	5 322
Zapasy	3 318	2 251
Należności z tytułu dostaw i usług	2 663	2 369
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego		
Pozostałe należności	415	362
Udzielone pożyczki		
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	28	261
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	51	79
SUMA AKTYWÓW	32 047	31 632

Wartość i struktura aktywów uległa nieznacznym zmianom w porównaniu z końcem roku 2006. Wzrost wartości zapasów wynikał z rozpoczęcia realizacji kontraktów instytucjonalnych, których okres realizacji przypada na okres od sierpnia do listopada, jak również z rosnącej skali kontraktu eksportowego do Holandii. Zwiększone zapasy (ok. 1 mln zł) stanowią zabezpieczenie przed mianami cen surowca i zapewniają terminową realizację dostaw.

Zwiększenie należności z tytułu dostaw i usług o 12 % wynika głównie z rozszerzenia grupy odbiorców.

Zmniejszenie długoterminowych rozliczeń międzyokresowych o 0,344 mln zł wynika z rozwiązania części przejściowych różnic z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

PASYWA

	<i>30 września 2007 roku</i>	<i>31 grudnia 2006 roku</i>
KAPITAŁ WŁASNY PRZYPADAJĄCY NA AKCJONARIUSZY SPÓŁKI	14 886	9 445
Kapitał podstawowy	15 112	14 737
Kapitał zapasowy	331	4 364
Zysk/strata z lat ubiegłych		- 8 688
Zysk netto	- 557	-967
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	5 988	6 104
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	5	87
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	5 807	5 726
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	25	
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe		
Długoterminowe zobowiązania finansowe- leasing	151	290
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	11 173	16 083
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	3 989	10 526
Zobowiązania finansowe	16	
Zobowiązania krótkoterminowe z tytułu dostaw i usług	5 509	3 142
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych		
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	1 650	2 271
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe		53
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	9	90
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe		
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	17 161	22 187
SUMA PASYWÓW	32 047	31 632

Istotną zmianą w kapitale własnym Spółki było dokapitalizowanie spółki przez podmiot dominujący: Makarony Polskie S.A. kwotą 6 mln zł. Z tej kwoty 5,6 mln zł przekazano na kapitał zapasowy, a 0,4 mln zł na kapitał podstawowy. Zgodnie z uchwałą Zgromadzenia Wspólników, kapitał zapasowy przeznaczono na pokrycie straty z lat ubiegłych.

Grupa Kapitałowa Makarony Polskie
Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za III kwartał 2007 roku (w tysiącach złotych)

Znaczącemu zmniejszeniu uległa wartość krótkoterminowych zobowiązań bankowych i pożyczek, które spółka Stoczek spłaciła ze środków uzyskanych z podwyższenia kapitału.

Wobec znacznie rosnących przychodów ze sprzedaży i zbyt niskiego poziomu kapitału obrotowego, w coraz większym stopniu Spółka finansuje swoją działalność zobowiązaniami handlowymi. Aktualnie prowadzone są rozmowy z bankami w celu pozyskania dodatkowych środków obrotowych.

Na pozostałe zobowiązania krótkoterminowe z tytułu dostaw i usług składa się zobowiązanie wobec spółki Makarony Polskie (1,4 mln zł).

Sprawozdanie finansowe - Grupa Makarony Polskie

Grupa Makarony Polskie	I - III Q 2007	I - III Q 2006	zmiana %	III Q 2007	III Q 2006	zmiana %
Przychody ze sprzedaży	60 260	38 982	55%	22 043	12 419	77%
Koszt własny sprzedaży	48 602	32 068	52%	18 435	9 667	91%
Koszty ogólnego zarządu	2 619	1 780	47%	1 327	884	50%
Koszty sprzedaży	6 489	2 376	173%	3 068	2 752	11%
Rentowność sprzedaży brutto	19,35%	17,74%	9%	16,37%	22,16%	-26%
Amortyzacja	1 777	1 015	75%	857	351	144%
EBIT	2 031	2 651	-23%	203	1 211	-83%
EBITDA	3 808	3 667	4%	1 060	1 562	-32%
zysk brutto	2 890	2 394	21%	-32	1 126	-103%
zysk netto	2 093	1 938	8%	-265	909	-129%
Rentowność EBIT	3,37%	6,80%	-50%	0,92%	9,75%	-91%
Rentowność EBITDA	6,32%	9,41%	-33%	4,81%	12,58%	-62%
Rentowność brutto sprzedaży	4,80%	6,14%	-22%	-0,15%	9,06%	-102%
Rentowność netto sprzedaży	3,47%	4,97%	-30%	-1,20%	7,32%	-116%

Przedstawione w powyższej tabeli wyniki finansowe Grupy Makarony Polskie uwzględniają skonsolidowane sprawozdania spółki Makarony Polskie oraz spółki Stoczek. Zgodnie z zasadami Międzynarodowych Standardów Rachunkowości, według których przygotowywane i prezentowane są sprawozdania finansowe Grupy, konsolidacja objęła okres od 1 czerwca 2007 roku w związku z czym dane dotyczące roku 2006 odnoszą się jedynie do wyników osiągniętych przez spółkę Makarony Polskie S.A.

Przychody ze sprzedaży Grupy wzrosły w ciągu trzech kwartałów roku 2007 o 55 % w porównaniu z takim samym okresem roku 2006. Dzięki niższemu wzrostowi kosztów własnych sprzedaży osiągnięty został wzrost rentowności brutto sprzedaży o 9 %. Wzrost rentowności brutto sprzedaży w 2007 roku ograniczony został w trzecim kwartale przez

negatywne tendencje rynkowe (gwałtowny wzrost cen surowców wykorzystywanych do produkcji) powodujące nieproporcjonalny do przychodów wzrost kosztów własnych sprzedaży. Przeprowadzone podwyżki cen produktów wraz ze stabilizowaniem się cen surowców mają ograniczyć odczuwalną w trzecim kwartale dysproporcję pomiędzy wzrostem kosztów własnych sprzedaży i przychodów ze sprzedaży przychodów.

Wzrost amortyzacji w Grupie jest spowodowany konsolidacją sprawozdań spółki Stoczek i oddaniem do użytkowania inwestycji w zakładzie w Płocku. Oczekiwany jest kolejny kwartalny wzrost tego kosztu w związku z finalnymi pracami nad kolejnymi inwestycjami Makaronów Polskich S.A.

Znaczący wzrost kosztów sprzedaży związany jest z działaniami dotyczącymi rozszerzenie sieci dystrybucji i nakładów na promocję i wsparcie sprzedaży opisanych w punkcie „Działania promocyjne – wsparcie sprzedaży”.

Paweł Nowakowski
Prezes Zarządu

Włodzimierz Parzydło
Wiceprezes Zarządu

Grzegorz Słomkowski
Wiceprezes Zarządu

Rzeszów, 14 listopada 2007 roku