

Sprawozdanie Zarządu z działalności firmy Makarony Polskie Spółka Akcyjna w 2006 roku

- 1. Omówienie podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych, ujawnionych w rocznym sprawozdaniu finansowym, w szczególności opis czynników i zdarzeń, w tym o nietypowym charakterze, mających znaczący wpływ na działalność Spółki i osiągnięte przez nią zyski lub poniesione straty w roku obrotowym, a także omówienie perspektyw rozwoju działalności Spółki przynajmniej w najbliższym roku obrotowym.**

Rok 2006 zakończył się osiągnięciem bardzo dobrego, rekordowego w historii Spółki wyniku finansowego. Było to efektem skutecznej realizacji dotychczasowej strategii zwiększania skali działalności, rozwoju nowych produktów oraz przeprowadzonych inwestycji przy jednoczesnej skutecznej kontroli kosztów. Produkcja realizowana była na zmodernizowanych liniach produkcyjnych, dzięki czemu znacząco wzrosła jakość produktów oraz moce produkcyjne.

Ilość wprowadzonego na rynek makaronu przez Makarony Polskie S.A. wzrosła prawie dwukrotnie z 10,7 do 20,7 tys. ton. W 2006 roku Spółka nie zmieniała zasadniczo kierunków zbytu swoich produktów. Wzrost sprzedaży nastąpił we wszystkich kanałach dystrybucji: sieciach handlowych, handlu tradycyjnym, produkcji usługowej oraz sprzedaży instytucjonalnej. Firma Makarony Polskie S.A. pracowała w 2006 roku nad udoskonaleniem produktów markowych i przygotowaniem kampanii reklamowej przewidywanej na 2007 rok wprowadzeniem tych produktów do nowych dystrybutorów. Efekt prac nad produktami markowymi znajdzie odzwierciedlenie w sprawozdaniu finansowym za rok 2007, natomiast w 2006 roku największy zarówno procentowy jak i nominalny wzrost przychodów odnotowany został na sprzedaży usługowej oraz kontraktach instytucjonalnych.

Inwestycje w modernizację linii produkcyjnych w latach 2005-2006 były współfinansowane z dotacji w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego – Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw (SPO-WKP). W trzecim kwartale 2006 Spółka otrzymała płatność końcową z dotacji jaka uzyskana została w ramach SPO-WKP w kwocie 1 185 tys. zł. Dotacja ta rozliczana będzie bilansowo w wynik finansowy w okresie odpowiadającym okresom amortyzacji środków trwałych zakupionych lub modernizowanych przy współudziale dotacji. W wyniku roku 2006 z powyższej kwoty rozliczone w postaci dotacji zostało 50 tys. zł.

W 2007 roku Spółka skoncentruje się przede wszystkim na:

- dalszym wzroście skali działalności w ramach produkcji makaronów (inwestycje między innymi finansowane ze środków z publicznej emisji akcji serii C),
- rozbudowie sieci sprzedaży obsługującej produkty makaronowe oraz w perspektywie wyroby przejmowanych przedsiębiorstw,
- promocji i wprowadzaniu do nowych dystrybutorów produktów markowych,
- wprowadzaniu nowych artykułów spożywczych.

Omówienie zmian w podstawowych pozycjach sprawozdania finansowego za 2006 rok

W roku 2006 Spółka zwiększyła przychody o 87 % (kalkulacyjny rachunek zysków i strat) do kwoty ponad 46,6 mln zł. Wzrost na produktach makaronowych wyniósł 78 %. Zostało to osiągnięte dzięki wzrostowi sprzedaży we wszystkich kategoriach produktowych oraz kanałach dystrybucji. Równocześnie suma bilansowa wzrosła o 21,4 % przy czym złożył się na to 15,6 % wzrost aktywów trwałych oraz 39,2 % wzrost aktywów obrotowych. W pasywach o 6,3 punktu procentowego do 65,1 % spadł udział finansowania aktywów kapitałem własnym.

| Wybrane dane finansowe Rachunek zysków i strat | 2005 | 2006 | |
|---|---------------|---------------|------------------|
| | w tys. zł | w tys. zł | zmiana % |
| Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów | 24 954 | 46 557 | 86,6 % |
| Przychody ze sprzedaży produktów | 20 337 | 27 196 | 33,7 % |
| Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów | 4 617 | 19 361 | 319,3 % |
| Koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów | 20 361 | 38 348 | 88,3 % |
| Koszty sprzedanych produktów | 15 548 | 21 112 | 35,8 % |
| Koszty sprzedanych towarów | 4 813 | 17 236 | 258,1 % |
| Zysk (strata) brutto ze sprzedaży | 4 593 | 8 209 | 78,7 % |
| Koszty sprzedaży | 2 369 | 3 594 | 51,7 % |
| Koszty ogólnego zarządu | 1 944 | 2 075 | 6,7 % |
| Zysk (strata) ze sprzedaży | 280 | 2 540 | 807,1 % |
| Pozostałe przychody operacyjne | 33 | 84 | 154,6 % |
| Pozostałe koszty operacyjne | 83 | 174 | 109,6 % |
| Zysk (strata) z działalności operacyjnej | 230 | 2 450 | 965,2 % |
| Przychody finansowe | 87 | 118 | 35,6 % |
| Koszty finansowe | 253 | 409 | 61,7 % |
| Zysk (strata) na działalności gospodarczej | 64 | 2 159 | 3 273,4 % |
| Zysk (strata) brutto | 64 | 2 159 | 3 273,4 % |
| Zysk (strata) netto | 37 | 1 822 | 4 824,3 % |

Znaczący wzrost wielkości przychodów ze sprzedaży ogółem (86,6 %) osiągnięty został zarówno w kategorii produktów jak i towarów. Produkcja w zakładach Spółki mogła zostać zwiększona o 33,7 % dzięki procesowi inwestycyjnemu przeprowadzonemu w 2005 roku przy wsparciu dotacji.

Niedostatek mocy produkcyjnych sprawił, iż Spółka zmuszona była do zlecenia części produkcji innym podmiotom. Spośród ponad 19,4 mln zł przychodu ze sprzedaży towarów, 9,3 mln zł. pochodzi ze sprzedaży pszenicy zakupionej w Agencji Rynku Rolnego jako element realizacji kontraktu z tą instytucją.

Zbliżony procentowy wzrost zarówno przychodów netto ze sprzedaży (86,6 %) jak i kosztów sprzedanych produktów i towarów (88,3 %) przyniósł w efekcie 78,7 % wzrost zysku brutto ze sprzedaży. Powyższy efekt połączony z jedynie 31,4 % wzrostem kosztów sprzedaży oraz ogólnego zarządu zaowocował ponad 800 % wzrostem wyniku ze sprzedaży. Koszty ogólnego zarządu wykazały wzrost jedynie o 6,7 %, co przy tak znacznym wzroście przychodów wskazuje wyraźnie na realizację zamierzonego efektu skali działalności, gdzie znaczące zwiększanie sprzedaży może odbywać się przy niewielkim wzroście kosztów nie związanych bezpośrednio z produkcją i sprzedażą.

Znaczący wzrost kosztów finansowych w 2006 roku spowodowany był przede wszystkim dwukrotnie wyższym kosztem gwarancji pozyskanej w związku realizacją kontraktu instytucjonalnego (wyższy koszt wynika z większej wartości kontraktu).

Osiągnięty zysk netto na poziomie 1 822 tys. zł. był zdecydowanie wyższy od uzyskiwanych dotychczas w historii Spółki. Poziom zysku netto jest spowodowany efektem wzrostu skali działalności, przy jednoczesnym uważnym kontrolowaniu wzrostu kosztów.

| Wybrane dane finansowe Aktywa trwałe | 2005 | 2006 | |
|---|---------------|---------------|-----------|
| | w tys. zł | w tys. zł | zmiana % |
| Aktywa trwałe | 17 896 | 20 687 | 15,6 % |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 17 866 | 19 371 | 8,4 % |
| Urządzenia techniczne i maszyny | 5 980 | 7 400 | 23,7 % |
| Środki trwałe w budowie | 2 219 | 1 061 | -52,2 % |
| Zaliczki na środki trwałe w budowie | 18 | 752 | 4 072,2 % |
| Długoterminowe aktywa finansowe | 0 | 1 220 | |

Znaczący wzrost aktywów trwałych (15,6 %) spowodowany był przede wszystkim działalnością inwestycyjną w Spółce, znacząco przekraczającą amortyzację majątku. W roku obrotowym 2006 przyjęte zostały na środki trwałe inwestycje prowadzone ze wsparciem dotacyjnym w 2005 roku. Wydatki na prowadzone obecnie a zapoczątkowane w 2006 roku inwestycje w zakład produkcyjny w Płocku odzwierciedlone są w pozycjach zaliczek i środków trwałych w budowie. Długoterminowe aktywa finansowe obejmują zaliczkę na zakup udziałów w Stoczek Sp. z o.o. zapłaconą w grudniu 2006 roku jako realizację jednego z zapisów umowy zakupu udziałów w tej spółce.

| Wybrane dane finansowe Aktywa obrotowe | 2005 | 2006 | |
|---|---------------|---------------|---------------|
| | w tys. zł | w tys. zł | zmiana % |
| Aktywa obrotowe | 5 843 | 8 133 | 39,2 % |
| Zapasy | 2 055 | 2 520 | 22,6 % |
| Materiały | 661 | 1 009 | 52,7 % |
| Należności krótkoterminowe | 3 284 | 4 434 | 35,0 % |
| Należności z tytułu dostaw i usług | 2 709 | 3 783 | 39,7 % |
| Krótkoterminowe aktywa finansowe | 350 | 200 | -42,9 % |
| Rozliczenia międzyokresowe czynne | 93 | 780 | 738,7 % |
| Aktywa razem | 23 739 | 28 820 | 21,4 % |

Zmiana poziomu należności oraz zapasów odzwierciedla dynamiczny wzrost sprzedaży Spółki w 2006 roku.

Pozycję krótkoterminowych rozliczeń międzyokresowych na koniec 2006 roku stanowią przede wydatki związane z procesem wprowadzania Spółki do obrotu publicznego (268 tys. zł.) oraz rozliczane w czasie koszty gwarancji pozyskanych w ramach realizacji kontraktu z Agencją Rynku Rolnego. W trakcie 2007 roku całe „koszty” emisji obniżą kapitał zapasowy (zmniejszą jego podwyższenie z nadwyżki ceny emisyjnej nad nominalną przy emisji akcji).

| Wybrane dane finansowe Pasywa | 2005 | 2006 | zmiana % |
|--|---------------|---------------|------------------|
| | w tys. zł | w tys. zł | |
| Kapitał własny | 16 950 | 18 772 | 10,8 % |
| Kapitał (fundusz) podstawowy | 12 549 | 12 549 | 0,0 % |
| Kapitał zapasowy | 4 338 | 4 374 | 0,8 % |
| Zysk roku bieżącego | 37 | 1 822 | 4 824,3 % |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania | 6 789 | 10 048 | 48,0 % |
| Zobowiązania długoterminowe | 527 | 462 | -12,3 % |
| Długoterminowe kredyty i pożyczki | 356 | 301 | -15,5 % |
| Zobowiązania krótkoterminowe | 6 143 | 8 329 | 35,6 % |
| Krótkoterminowe kredyty i pożyczki | 2 280 | 3 666 | 60,8 % |
| Zobowiązania z tytułu dostaw i usług | 3 542 | 3 780 | 6,7 % |
| Zaliczki otrzymane na dostawy | - | 561 | |
| Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe | 45 | 1 174 | 2 508,9 % |
| Pasywa razem | 23 739 | 28 820 | 21,4 % |

Wzrost kapitałów własnych o 10,8 % spowodowany został przeniesieniem na kapitał zapasowy wyniku za 2005 rok oraz wysokim wynikiem netto roku 2006.

Wieloletnie kredyty inwestycyjne obsługiwane są zgodnie z harmonogramem w okresach kwartalnych w kwotach nie obciążających znacząco płynności. Spółka nie zaciągnęła kredytów długoterminowych w okresie 2006 roku.

Wzrost krótkoterminowych kredytów o 60,8 % wywołany był przede wszystkim zaciągnięciem w grudniu 2006 roku krótkoterminowego kredytu w wysokości 1 200 tys. zł. przeznaczanego na zaliczkę na zakup 100 % udziałów w Stoczek Sp. z o.o. Większość pozostałej kwoty w obu okresach stanowi kredyt obrotowy.

W 2006 roku o 6,7 % wzrosły zobowiązania z tytułu dostaw i usług. Osiągnięty poziom odpowiada zakresowi prowadzonej działalności i obowiązującym terminom płatności.

W pozycji długoterminowych rozliczeń międzyokresowych znajduje się przede wszystkim otrzymana w 2006 dotacja związana z procesem inwestycyjnym. Rozliczenie tej kwoty w wynik następować będzie w okresach tożsamyh z czasem amortyzacji środków trwałych, które współfinansowane były środkami z dotacji.

| Wybrane dane finansowe Przepływy pieniężne | 2005 | 2006 | zmiana % |
|--|-----------|-----------|----------|
| | w tys. zł | w tys. zł | |
| Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej | 2 459 | 1 785 | -27,4 % |
| Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej | -3 427 | -3 945 | 15,1 % |
| Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej | 1 025 | 2 298 | 124,2 % |
| Przepływy pieniężne netto, razem | 57 | 138 | 142,4 % |

Przedstawione przepływy odzwierciedlają obraz operacyjnie silnej a zarazem rozwijającej się i ponoszącej znaczące nakłady inwestycyjne spółki. Znaczące obniżenie (-27,4 %) przepływów z działalności operacyjnej zostało przede wszystkim spowodowane wzrostem

stanu należności handlowych o ponad 1 151 tys. zł. oraz wzrost czynnych rozliczeń międzyokresowych o łącznie ponad 689 tys. zł (głównie wydatki związane z wprowadzeniem Spółki do obrotu giełdowego).

Wysoki wzrost (o 124,2 %) przepływów pieniężnych z działalności finansowej spowodowany był zwiększeniem zobowiązań kredytowych - głównie krótkoterminowy kredyt na zaliczkę na zakup udziałów w Stoczek Sp. z o.o. w kwocie 1 200 tys. zł oraz wpływem dotacji inwestycyjnej w kwocie 1 185 tys. zł.

| Wybrane dane finansowe w odniesieniu do liczby akcji | 2005 | 2006 | zmiana % |
|---|-----------|-----------|----------|
| | w tys. zł | w tys. zł | |
| Kapitał własny | 16 950 | 18 772 | 10,7 % |
| Liczba akcji w sztukach | 4 183 000 | 4 183 000 | 0,0 % |
| Zysk/strata na jedną akcję zwykłą | 0,01 | 0,44 | 43 % |
| Wartość księgowana jedną akcję | 4,05 | 4,49 | 10,86 % |

Osiągnięty wysoki wynik netto oraz prowadzone inwestycje przy zachowaniu kapitału podstawowego na stałym poziomie spowodowały znaczącą poprawę wskaźnika wartości księgowej na jedną akcję.

Tabela wskaźników finansowych:

| Nazwa wskaźnika | Objaśnienie | Wartość | |
|--|--|---------|---------|
| | | 2005 | 2006 |
| Wskaźniki płynności | | | |
| Wskaźnik bieżący | (aktywa obrotowe / zobowiązania krótkoterminowe) | 0,95 | 0,98 |
| Wskaźnik szybki | (aktywa obrotowe - zapasy) / zobowiązania krótkoterminowe) | 0,62 | 0,67 |
| Wskaźniki zyskowości | | | |
| Wskaźnik zyskowości sprzedaży | zysk ze sprzedaży / przychody ze sprzedaży | 1,12% | 5,46 % |
| Wskaźnik zyskowości netto | zysk netto / przychody ze sprzedaży | 0,15% | 3,91 % |
| Wskaźnik zyskowości majątku | zysk netto / majątek ogółem | 0,16% | 6,32 % |
| Wskaźnik zyskowości majątku trwałego | zysk netto / aktywa trwałe | 0,21% | 8,81 % |
| Wskaźnik zyskowości majątku obrotowego | zysk netto / aktywa obrotowe | 0,63% | 22,40 % |
| Wskaźnik zyskowości kapitału własnego | zysk netto / kapitały własne | 0,22% | 9,70 % |

| Wskaźniki sprawności operacyjnej | | | |
|---|--|-------|-------|
| Wskaźnik rotacji zapasów (w dniach) | przeciętny stan zapasów / koszt sprzedanych produktów, towarów i materiałów * liczba dni w okresie | 33,20 | 21,77 |
| Wskaźnik rotacji należności (w dniach) | przeciętny stan należności / przychody netto ze sprzedaży * liczba dni w okresie | 64,53 | 30,26 |
| Wskaźnik rotacji zobowiązań (w dniach) | przeciętny stan zobowiązań bieżących / koszty działalności operacyjnej * liczba dni w okresie | 79,25 | 59,86 |

| Wskaźniki wspomagania finansowego | | | |
|--|---|------|------|
| Wskaźnik ogólnego zadłużenia | zobowiązania ogółem / aktywa | 0,29 | 0,35 |
| Wskaźnik relacji zobowiązań do kapitałów własnych | zobowiązania ogółem / kapitały własne | 0,40 | 0,54 |
| Wskaźnik relacji zobowiązań długoterminowych do ogółu zobowiązań | zobowiązania długoterminowe / zobowiązania ogółem | 0,08 | 0,05 |

2. Opis istotnych czynników ryzyka i zagrożeń, z określeniem, w jakim stopniu Spółka jest na nie narażona.

W ocenie Spółki istnieje ryzyko zmian cen surowców, w tym przede wszystkim ceny mąki, która jest jednym z głównych surowców stanowiąc ok. 60 % kosztu wytworzenia. Zmiany cen miały miejsce w latach 2004-2006 i były wynikiem klęsk żywiołowych, aberracji pogodowych i innych zdarzeń powodujących wahania poziomu produkcji zarówno krajowej jak i na skalę międzynarodową. W ocenie Zarządu ryzyko to powinno być postrzegane również przez pryzmat możliwości importu mąki w razie znaczącego spadku produkcji krajowej nie pozwalającej zaspokoić popytu wewnętrznego. Od 2006 roku Spółka częściowo zabezpiecza się przed zmianami cen poprzez długoterminowe kontrakty na zakup mąki w stałej cenie.

Ryzyko zmian tendencji rynkowych - polegające głównie na możliwości spadku wielkości rynku makaronów np. kosztem innych produktów będących substytutem makaronu takich jak: kasze, ziemniaki, ryż, itp. Jest to możliwe przede wszystkim w przypadku niekorzystnej zmiany relacji cenowych między cenami makaronów a produktami zastępczymi.

Ryzyko związane ze zmianami kursów walut - udział dostaw z zagranicy Emitenta oraz transakcji z odbiorcami zagranicznymi rozliczanymi w walutach obcych kształtuje się na zbliżonym poziomie nie przekraczającym 2 % przychodów – w znacznym stopniu naturalnie neutralizując ekspozycję. Ryzyko zmienności przychodów i kosztów w wyniku zmian kursów walut występuje więc w Spółce w znikomym stopniu i tym samym w niewielkim zakresie może wpłynąć na wyniki Emitenta co powoduje, iż obecnie Emitent nie stosuje instrumentów zarządzania ryzykiem walutowym. Dodatkową ekspozycję generują jednorazowe zakupy inwestycyjne – przede wszystkim linii produkcyjnych (euro). W przypadku znaczącego zwiększenia ekspozycji na ryzyko walutowe poprzez pozyskanie znaczących kontaktów eksportowych, Zarząd będzie starał się neutralizować wpływ zmian kursów walutowych na wyniki finansowe Spółki poprzez skorzystanie z szerokiej oferty bankowej w tym zakresie. Jako, że strategie zarządzania ryzykiem walutowym nie gwarantują stuprocentowej skuteczności, nie można wykluczyć, że wahania kursów euro względem złotego będą potencjalnie miały negatywny wpływ na osiągnięte przez Spółkę wyniki finansowe.

Niektóre umowy z dostawcami uznane przez Zarząd za istotne zawierają klauzulę umożliwiającą dostawcy wypowiedzenie umowy w terminie miesięcznym. Realizacja tego ryzyka może przejściowo zakłócić płynność dostaw lub wpłynąć na poniesienie większych kosztów zakupu surowca z innych źródeł. Prawdopodobieństwo zaistnienia tego ryzyka nie jest w ocenie Zarządu znaczące – podkreślić należy, iż dostawy są tak zdywersyfikowane, że udział żadnego z dostawców nie przekracza 10 %.

Ryzyko uzależnienia od odbiorców - duże sieci handlowe są głównym odbiorcą produktów Spółki. Ewentualny brak ciągłości współpracy z sieciami handlowymi może wpłynąć na wysokość przychodów. Ponadto niektóre umowy handlowe, w szczególności umowy

z sieciami handlowymi, nie zawierają ściśle określonej wielkości zamówień, jakie będzie składał zamawiający. W związku z tym istnieje ryzyko, że zamawiający złożą zamówienia odbiegające ilościowo od dotychczas przyjętych i Spółka może nie być przygotowana do zaspokojenia popytu albo wyprodukować znacznie więcej produktów niż będzie to przedmiotem zamówienia. W ocenie Emitenta ryzyko to nie jest znaczące, ponieważ ilość dostarczanych dotychczas wyrobów nie podlegała znaczącym wahaniom kształtując się w możliwych do przewidzenia granicach. Wzrost mocy produkcyjnych zakładany w strategii rozwoju dodatkowo zabezpieczy Spółkę przed ryzykiem niezdolności do zaspokojenia wzrostu zamówień ze strony znaczących odbiorców.

W 2006 roku 25 % dostarczonego makaronu stanowiła realizacja kontraktu z Agencją Ryku Rolnego. Na rok 2007 pozyskany został po raz trzeci z rzędu kontrakt z tą instytucją na dostawę zbliżonej ilości produktu. Przewidywany udział przychodów ze sprzedaży makaronu w ramach kontraktu stanowić będzie 13 % ogółu przychodów ze sprzedaży Spółki. Ze względu na znaczący udział w przychodach kontrakt ten jest istotny dla Spółki pomimo realizowanego zgodnie ze strategią rozwoju sprzedaży makaronu pod markami własnymi i zwiększania sprzedaży w pozostałych kanałach dystrybucji.

Ryzyko związane z wprowadzaniem nowych produktów na rynek - jednym z celów strategicznych firmy Makarony Polskie S.A. jest wprowadzanie do oferty nowych produktów w segmentach rynku, w których Spółka posiada już ugruntowaną pozycję. Wprowadzenie na rynek nowego produktu zawsze poprzedzane jest odpowiednimi analizami rynkowymi oraz seriami próbnymi, które mają zminimalizować ryzyko niezaakceptowania produktu przez rynek. Istnieje jednak ryzyko, iż pomimo zastosowanych procedur, Spółka poniesie znaczące koszty związane z wprowadzaniem nowych produktów, a te nie odniosą sukcesu rynkowego ze względu na źle rozpoznany potencjał rynku, preferencje konsumentów lub działania konkurencji. W efekcie może to wpłynąć niekorzystnie na wyniki finansowe Emitenta.

Ryzyko związane z planami inwestycyjnymi Spółki - w przypadku opóźnień w realizacji strategii rozwoju oraz przeprowadzaniu zaplanowanych założonych inwestycji, istnieje ryzyko nieosiągnięcia w wyznaczonym terminie zakładanych celów operacyjnych związanych z poprawą jakości produktów, wejściem w nowe segmenty rynkowe oraz wejściem w nowe kanały dystrybucji. Może to spowodować wolniejsze od planu tempo wzrostu wyników Emitenta. Planowany wzrost skali działalności Emitenta w segmencie produkcji makaronu, jak również konieczność wejścia w relacje handlowe z nowymi odbiorcami, może wpłynąć na przejściowe obniżenie marży na sprzedaży w tym segmencie i w efekcie pogorszyć rentowność sprzedaży ogółem Emitenta.

Ryzyko związane z konkurencją rynkową - dostawą makaronów na rynek polski zajmuje się wiele podmiotów zarówno krajowych (około 100 producentów), jak i zagranicznych (około 20 podmiotów). Istnieje ryzyko, iż warunki handlowe proponowane przez Makarony Polskie S.A. okażą się mniej konkurencyjne, co spowoduje obniżenie przychodów Spółki. Przy obecnej strukturze sprzedaży największe zagrożenie z strony konkurencji istnieje w obszarze sprzedaży w kanale sieciowym w zakresie marek własnych oraz produkcji usługowej pod obcymi markami. Zwiększanie mocy produkcyjnych oraz skali działalności przez dotychczasowych małych i średnich producentów może spowodować, iż stanowią oni będą poważne zagrożenie dla sprzedaży Spółki w tych segmentach rynku.

W segmencie produkcji makaronu istnieją również inne, mniejsze spółki funkcjonujące w oparciu o ten sam model biznesowy co Makarony Polskie S.A. Nie ma pewności, że konkurencji Spółki nie zwiększą skali swojej działalności do rozmiarów, które będą stanowić zagrożenie konkurencyjne. Taki scenariusz rozwoju konkurencji mógłby mieć negatywny

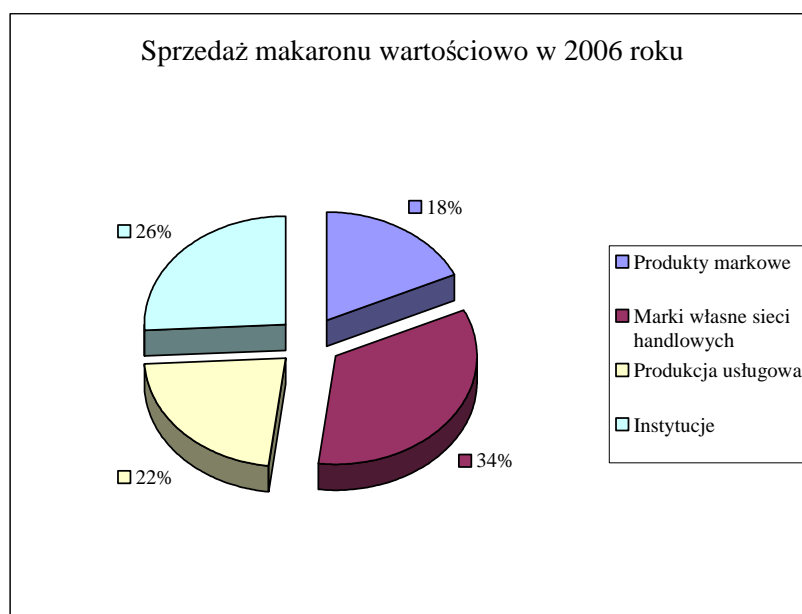
wpływ na przyszłe przychody i rentowność firmy Makarony Polskie S.A. Innym zagrożeniem mogłoby być wejście do Polski silnego konkurenta zagranicznego działającego w oparciu o ten sam model biznesowy.

3. Informacje o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym oraz udziałem poszczególnych produktów towarów i usług (jeżeli są istotne) albo ich grup w sprzedaży ogółem, a także zmianach w tym zakresie w danym roku obrotowym.

Wielkość rynku makaronowego w Polsce szacowana jest wg danych GUS (2005 rok) na około 142 tys. ton ilościowo oraz około 637 mln zł wartościowo (według cen producentów), brak jest jeszcze dla porównania danych za rok 2006, ale z własnych obserwacji rynku wynika, iż nastąpił kilkuprocentowy wzrost.

Z kolei wg danych MEMRB, w 2006 roku nastąpił wzrost ilościowej sprzedaży makaronów o 7 % w stosunku do roku poprzedniego. Wartościowo rynek makaronów wg tej samej firmy badawczej szacowany jest na 504 mln zł. Dane te jednakże są zaniżone, ze względu na stosowaną metodologię badania.

Według szacunków własnych Makarony Polskie S.A. mają około 13 % udział w rynku makaronów w ujęciu ilościowym. Makaron wprowadzany na rynek podzielić można na 4 kategorie: produkty markowe, marki własne super i hipermarketów, produkcja dla instytucji oraz produkcja usługowa.



Oferta produktów markowych obejmuje dwa główne produkty skierowane do różnych segmentów:

- SORENTI – wyższy segment rynkowy, makaron wyprodukowany z najwyższej jakości pszenicy durum,
- Makaron Staropolski – średni segment rynkowy, makaron tradycyjny produkowany według własnej receptury z mąki pochodzącej z przemiału wyselekcjonowanych gatunków pszenic zwyczajnych; jajeczny i bezjajeczny,

SORENTI

Makaron Sorenti to makaron najwyższej jakości wyprodukowany w 100 % z mąki z pszenicy durum. Atrybutem produktu jest ciekawy, elegancki i wyróżniający się na półce styl i kształt opakowania z innowacyjnym formatowaniem bocznych zgrzewów, zapewniający lepszą ekspozycję produktu na półce sklepowej.

Makaron Sorenti został wprowadzony do sprzedaży w kwietniu 2006 roku, działania prowadzone w tym roku były ukierunkowane na zbudowanie sieci dystrybucji i zapewnienie obecności produktu w sklepach detalicznych, w tym celu podpisane były nowe umowy z dystrybutorami działającymi w kanale tradycyjnym oraz nowoczesnym.

W czwartym kwartale 2006 roku została przeprowadzona kampania reklamowa wprowadzająca makaron Sorenti w wytypowanych regionach kraju o najwyższym osiągniętym poziomie dystrybucji: Podkarpacie, Mazury, Wielkopolska.

W grudniu 2006 roku makaron Sorenti został wprowadzony do oferty wszystkich współpracujących z firmą dystrybutorów w handlu tradycyjnym. W zależności od wielkości i możliwości sprzedażowych tych kontrahentów, wprowadzono do sprzedaży od 4 do 10 indeksów Sorenti. Cały czas trwają prace nad powiększaniem oferty (liczby indeksów) makaronu Sorenti w hurtowniach o niepełnej liczbie indeksów..

W 2006 roku Makaron Sorenti został wprowadzony do sprzedaży w sieci supermarketów Intermarche oraz hipermarketów i supermarketów firmy Kaufland Polska.

W 2007 roku pozyskano wielu znaczących dystrybutorów, do których przede wszystkim został wprowadzony makaron Sorenti (m. in: DLS, Mar-Ol, M&J, Dakar, Frukt, PSS Białystok, grupa Eldorado i inne) co znacząco wpłynie na wzrost sprzedaży tej gamy produktów.

W 2007 roku makaron Sorenti został wprowadzony do sprzedaży w sieci supermarketów Billa Polska (dawny Minimal), Polomarket oraz Tesco Polska.

Makaron Staropolski

Makaron Staropolski przeznaczony jest dla konsumentów, preferujących dobrej jakości makaron tradycyjny. W 2006 roku zostały wprowadzone opakowania w nowym, ujednoliconym układzie graficznym i pod nową marką. Makaron Staropolski sprzedawany jest w 3 gramaturach: 250 g (jajeczny) 400 g oraz opakowanie rodzinne 1 kg. Najwyższe wartości sprzedaży odnotowuje Makaron Staropolski 400g oraz 1 kg.

Makaron Staropolski jest w chwili obecnej podstawowym produktem sprzedawanym w handlu tradycyjnym ale stopniowo ta tendencja zmienia się na korzyść makaronu Sorenti dzięki ukierunkowaniu działań promocyjnych oraz wzrastającej liczbie handlowców zajmujących się rozwojem tej marki.

Produkcja marek własnych sieci handlowych:

W 2006 roku i w pierwszym kwartale 2007 roku Spółka nadal rozwijała sprzedaż makaronu pod markami własnymi sieci handlowych. Pozyskano nowych klientów na te produkty: Kaufland Czechy, Plusdiscount oraz Polomarket Pakość. Zakończono również negocjacje z siecią dyskontów Aldi, największego niemieckiego operatora dyskontów na dostawy makaronu pod marką Aldi po rozpoczęciu działalności detalicznej w 2007 roku w Polsce. Pierwsze sklepy tej sieci mają być otwarte w październiku 2007 roku.

Rosnąca konkurencja w tym kanale dystrybucji sprawia, że pomimo znacznego wzrostu cen podstawowego surowca ceny sprzedaży tylko nieznacznie wzrosły lub też pozostały na dotychczasowym poziomie co spowodowało znaczny spadek rentowności. Z tego powodu w pierwszym kwartale 2007 roku została zakończona współpraca z firmą Lidl Polska.

Produkcja usługowa – na zlecenie innych producentów:

W 2006 roku był to kanał dystrybucji w którym uzyskano największą dynamikę sprzedaży ze względu na podpisanie dużego kontraktu z firmą Towarowy Dom Maklerski Arrtrans S.A. oraz pozyskanie nowych klientów na produkcję makaronu spaghetti takich jak: Artlex Rogozino, Polmak Ludwinów i Abak Częstochowa. Dynamicznie rozwijała się również współpraca z dotychczasowymi odbiorcami makaronu spaghetti: Okruszek Rogozino i Anmarko Płock. Na koniec 2006 roku została zakończona współpraca z firmą EKO-MAK Rudniki, która planuje uruchomienie własnej produkcji makaronu spaghetti. W 2007 roku kanał ten będzie dalej się rozwijał bardzo dynamicznie.

Produkcja dla instytucji:

W 2006 roku uzyskano znaczący wzrost sprzedaży w tym kanale dystrybucji. Dostawy makaronu wyniosły 5 114 ton makaronu wobec 1 951 ton w roku 2005. Również realizacja kontraktu w 2007 roku spowoduje wzrost sprzedaży w tym kanale dystrybucji, gdyż obejmuje on dostawy 7 016 ton makaronu dla Agencji Rynku Rolnego.

- 4. Informacje o rynkach zbytu, z uwzględnieniem podziału na rynki krajowe i zagraniczne, oraz informacje o źródłach zaopatrzenia w materiały do produkcji, towary i usługi, z określeniem uzależnienia od jednego lub więcej odbiorców i dostawców, a w przypadku, gdy udział jednego odbiorcy lub dostawcy osiąga co najmniej 10 % przychodów ze sprzedaży ogółem – nazwy (firmy) dostawcy lub odbiorcy, jego udział w sprzedaży lub zaopatrzeniu oraz jego formalne powiązania ze Spółką.**

Rynek krajowy

- Sieci handlowe hipermarketów, supermarketów i dyskontów spożywczych – sprzedaż obejmuje głównie produkty pod markami sieciowymi sieci handlowych oraz dotąd w mniejszym stopniu pod markami firmy Makarony Polskie S.A. – począwszy od czwartego kwartału 2006 podejmowane są intensywne działania oraz ponoszone nakłady na wprowadzenie makaronu Sorenti do najważniejszych sieci handlowych.

Odbiorcą, który w tym kanale dystrybucji zbliżył się do progu 10 % (9,93 %) przychodów ze sprzedaży ogółem była z kwotą 4,6 mln zł. firma Jeronimo Martins Dystrybucja S.A. (podmiot niezależny w stosunku do spółki Makarony Polskie S.A.).

- Handel hurtowy – sprzedaż produktów pod markami firmy Makarony Polskie S.A. oraz sporadycznie marek hurtowni; hurtownie odsprzedają następnie produkty Makarony Polskie S.A. do sklepów detalicznych.
- Produkcja usługowa – sprzedaż produktów produkowanych na zlecenie dla innych producentów makaronu, którzy albo nie mają możliwości technicznych produkcji danego rodzaju makaronu albo wielkość sprzedaży ich produktów jest większa od możliwości produkcyjnych, oraz sprzedaż dla innych firm.

Towarowy Dom Maklerski S.A. (podmiot niezależny w stosunku do firmy Makarony Polskie S.A.) zakupił w 2006 roku produkty Spółki za ponad 7 mln zł, co stanowi ok. 15 % przychodów ze sprzedaży ogółem.

- Sprzedaż instytucjonalna – kanał obejmujący sprzedaż do instytucji i organizacji, gdzie kontraktu pozyskiwane są w formie przetargowej, typu: wojsko, agencje rządowe itp.

Przychód ze sprzedaży makaronu w ramach realizacji kontraktu z Agencją Rynku Rolnego wyniósł ponad 9,3 mln zł, co stanowi około 20 % przychodów ze sprzedaży ogółem Spółki za 2006 rok.

Rynek zagraniczny

W 2006 roku Spółka rozpoczęła sprzedaż eksportową, która osiągnęła w tym okresie 5 % przychodów ze sprzedaży makaronu. Pierwsze kontrakty podpisane zostały z kontrahentami w Czechach, Słowacji, Stanach Zjednoczonych. Spółka zamierza w przyszłości rozwijać ten kanał dystrybucji, a docelowymi kierunkami sprzedaży eksportowej są: Niemcy, Skandynawia, Czechy, Słowacja, Wielka Brytania, USA oraz kraje położone na wschód i południe od Polski. Spółka zamierza prowadzić eksport zarówno do sieci handlowych (pod markami sieci oraz własnymi) oraz współpracować z zagranicznymi dystrybutorami w handlu tradycyjnym.

Źródła zaopatrzenia

Podstawowym surowcem wykorzystywanym do produkcji w Spółce jest mąka pszenna typu krupczatka. Spółka zaopatruje się w ten surowiec od kilku głównych dostawców wspomagając się mniejszymi producentami. Czterech producentów przekracza udział 10 % w całości dostaw mąki, kolejnych sześć firm zapewnia ponad 1 % zapotrzebowania na ten surowiec.

Drugim bardzo ważnym składnikiem wyrobu gotowego jest opakowanie. Kupowane przez Spółkę opakowania można podzielić na trzy grupy – opakowania zbiorcze, jednostkowe i pomocnicze.

Opakowania zbiorcze były w 2006 roku dostarczane w całości przez jednego producenta. Pomimo, że jest to dostawca pewny i sprawdzony w ciągu kilku lat współpracy, w styczniu 2007 roku dla zwiększenia bezpieczeństwa dostaw nawiązano współpracę z innym dużym producentem opakowań tekturowych, co doprowadzi w połowie 2007 roku do zmniejszenia udziału w dostawach głównego dostawcy do około 60 %.

Dostawy opakowań jednostkowych realizowane są przez kilku dostawców, jednak dominującą rolę odgrywa jedna firma, której udział w zaopatrzeniu Spółki w ten surowiec wyniósł w 2006 roku ponad 83 %.

Opakowania pomocnicze (folia do palet, taśmy klejące, etykiety, folie termokurczliwe itp.), nie wymagające wcześniejszego przygotowania (np. nadruku) są ogólnie dostępne, a przez to mniej istotne z tytułu bezpieczeństwa ciągłości procesu produkcji.

Obroty z żadnym dostawcą surowców produkcyjnych nie przekroczyły poziomu 10 % przychodów ze sprzedaży ogółem. Próg ten przekroczony został jedynie przez zakup towaru - pszenicy od Agencji Rynku Rolnego na kwotę 9,4 mln zł. jako element rozliczenia realizowanego kontraktu z tą instytucją.

5. Informacje o zawartych umowach znaczących dla działalności Spółki, w tym znanych Spółce umowach zawartych pomiędzy akcjonariuszami (wspólnikami), umowach ubezpieczenia, współpracy lub kooperacji.

Umowa z 22 marca 2006 roku z Agencją Rynku Rolnego

Umowa obejmowała dostawę do organizacji charytatywnych 5 114 ton makaronu świderki w zamian za 23 612 ton ziarna pszenicy w terminie do 31 października 2006 roku. Pod zabezpieczenie przedmiotowej umowy Spółka pozyskała 2 gwarancje finansowe na łączną kwotę 10 513 tys. zł. Gwarantami byli Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń Ergo Hestia S.A. (5 mln zł) i PZU S.A. Oddział Okręgowy w Lublinie (5 013 tys. zł). Spółka zrealizowała kontrakt w wyznaczonym terminie, a gwarancje zostały zwolnione przez Agencję Rynku Rolnego w styczniu 2007 roku.

W dniu 2 listopada 2006 roku została zawarta umowa pomiędzy Italmarco Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie a Makarony Polskie S.A., na mocy której sprzedający jako wyłączny przedstawiciel firmy CEPI zamówi i wyda kupującemu zestaw do magazynowania, transportu i dozowania mąki. Instalacja została dostarczona, zamontowana i uruchomiona w zakładzie Emitenta w Płocku.

W dniu 3 listopada 2006 roku została zawarta pomiędzy Makarony Polskie S.A. a Anselmo srl. z siedzibą w Bene Vagienna (włoski producent sprzętu produkcyjnego zajmującego 4-5 miejsce w Europie pod względem wielkości sprzedaży) umowa na sprzedaż i montaż linii do produkcji i suszenia makaronu krótkiego o wydajności 1 800 kg/h suchego makaronu. Strony określiły termin zamontowania linii w Zakładzie - do 30 kwietnia 2007 roku, a termin uruchomienia linii - do 31 maja 2007 roku.

Umowa z 15 grudnia 2006 roku z Agencją Rynku Rolnego

Przedmiotowa umowa przewiduje dostawy do 31 października 2007 roku 7 021 ton makaronu świderki w zamian za 21 505 ton ziarna pszenicy. Dostawy mają być realizowane w ramach programu „Dostarczanie żywności dla najuboższej ludności Unii Europejskiej”. Emitent złożył zabezpieczenie należytego wykonania umowy w postaci gwarancji finansowej w wysokości 9 518 zł, udzielonej przez Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń Ergo Hestia S.A. Zwolnienie zabezpieczenia nastąpi po zrealizowaniu umowy do 28 lutego 2008 roku.

W dniu 21 grudnia 2006 roku Emitent zawarł z udziałowcami firmy Stoczek Sp. z o.o. dwie umowy:

a) Umowę sprzedaży udziałów, której przedmiotem jest nabycie przez Emitenta 100 % istniejących udziałów w spółce Stoczek Sp. z o.o. z siedzibą w Stoczku Łukowskim.

b) Umowę emisyjną, która określa zasady nabycia Akcji serii D przez zbywców udziałów w spółce Stoczek Sp. z o.o. z siedzibą w Stoczku Łukowskim.

Na mocy tej umowy dotychczasowi udziałowcy spółki Stoczek Sp. z o.o. nabędą 1 735 821 Akcji serii D za cenę 6,70 zł. za jedną akcję. Środki pieniężne na nabycie wskazanych akcji pochodzić będą ze zbycia udziałów firmy Stoczek Sp. z o.o. na rzecz Makarony Polskie S.A. i zostaną zdeponowane na rachunkach bankowych typu escrow w banku wskazanym przez Emitenta.

Umowa z 19 stycznia 2007 z Elewarr Sp. z o.o.

Przedmiotem umowy jest sprzedaż w lutym 2007 roku przez Makarony Polskie S.A. pszenicy konsumpcyjnej na rzecz odbiorcy Elewarr Sp. z o.o. w ilości 10 993 ton. Odbiorca sam dokonuje odbioru z magazynów interwencyjnych Agencji Rynku Rolnego. Makarony Polskie S.A. dysponowały pszenicą w związku z realizowanym kontraktem z ARR.

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 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 sprzedanych produktów w 2007 roku w ramach umowy to 2 500 tys. zł netto.

Według oceny Zarządu, następujące transakcje z podmiotami powiązanymi można uznać za istotne:

Umowa najmu magazynu w Płocku z 30 marca 2006 roku

Emitent zawarł z Grzegorzem Słomkowskim, będącym znaczącym akcjonariuszem Emitenta, posiadającym 1 169 750 akcji serii B na zasadzie ustawowej wspólności łącznej z Elżbietą Słomkowską umowę najmu 1 174 m² powierzchni magazynowej. Umowa została zawarta na 10 lat i zastąpiła umowę w tym samym przedmiocie z 1 grudnia 2004 roku. Przedmiotowy magazyn został odkupiony przez Spółkę w kwietniu 2007 roku, w związku z czym umowa wygasła. Umowa zakupu opisana została poniżej.

Porozumienie z dnia 28 lutego 2007 ze Stoczek Sp. z o.o.

Wobec planowanej 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 firmy Makarony Polskie S.A. Kwiecień 2007 roku był pierwszym miesiącem obowiązywania umowy na terenie całego kraju.

Porozumienie z 16 marca 2007 roku z firmą Stoczek Sp. z o.o.

W związku z planowanym uruchomieniem wspólnego projektu produkcji i dystrybucji pieczarek sterylizowanych w opakowaniach blaszanych i szklanych, w dniu 16 marca 2007 roku pomiędzy firmą Stoczek Sp. z o.o. a Makarony Polskie S.A. zostało podpisane porozumienie dotyczące wprowadzenia do sieci dystrybucji firmy Makarony Polskie S.A. uzgodnionych wcześniej produktów z pieczarek wytwarzanych przez Stoczek Sp. z o.o. Ponadto firma Makarony Polskie S.A. zobowiązała się do czynnego poszukiwania odbiorców zarówno krajowych jak i zagranicznych oraz przekazywania przez przedstawicieli

handlowych uwag konsumentów i dystrybutorów na temat produktów firmy Stoczek Sp. z o.o.

Umowa kupna – sprzedaży nieruchomości zawarta w dniu 27 kwietnia 2007 roku z Grzegorzem Słomkowskim – Wiceprezesem Zarządu

Realizując jeden z podstawowych celów emisji opisanych w prospekcie emisyjnym, w dniu 27 kwietnia 2007 roku firma Makarony Polskie SA zawarła z ZPH Elpast Grzegorz Słomkowski „Umowę przenoszącą prawo wieczystego użytkowania działek gruntu oraz umowę sprzedaży prawa wieczystego użytkowania działki gruntu i budynku stanowiącego odrębną nieruchomość”. Przedmiotem umowy był zakup od członka Zarządu Spółki działek położonych w Płocku, przy ul. Granicznej 46. Łączna powierzchnia działek wynosi 3 740 m², w tym powierzchnia zabudowana 2 398 m². Wartość transakcji to 1 713 tys. zł netto. Zakup powyższych nieruchomości umożliwi Spółce rozbudowę zakładu produkcyjnego oraz budowę magazynu wysokiego składowania w Płocku.

6. Informacje o powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych Spółki z innymi podmiotami oraz określenie jego głównych inwestycji krajowych i zagranicznych (papiery wartościowe, instrumenty finansowe, wartości niematerialne i prawne oraz nieruchomości), w tym inwestycji kapitałowych dokonanych poza jego grupą jednostek powiązanych oraz opis metod ich finansowania.

Spośród osób prawnych, zgodnie ze stanem na 31 grudnia 2006 roku, jedynie Agro-Technika S.A. z siedzibą w Ząbkach, posiadała ponad 5 % udział w kapitale firmy Makarony Polskie S.A. (wynosił 47,86 %). Stan ten uległ zmianie w wyniku emisji akcji serii C i na dzień publikacji sprawozdania Zarządu z działalności za rok 2006 wynosi 27,87 %. Nie występują znaczące powiązania operacyjne pomiędzy firmą Makarony Polskie S.A. a tym podmiotem.

Makarony Polskie S.A. są w trakcie realizacji postanowień umowy emisyjnej oraz umowy sprzedaży udziałów z 21 grudnia 2006 roku, które określają sposób nabycia 100 % udziałów w firmie Stoczek Sp. z o.o. oraz sposób przeprowadzenia emisji akcji serii D firmy Makarony Polskie S.A. dla akcjonariuszy tej firmy. Cena zakupu udziałów w firmie Stoczek Sp. z o.o. określona na 12 850 tys. zł została zapłacona w dwóch częściach: 1 220 tys. zł. w dniu 29.12.2006 roku (sfinansowane w kwocie 1 200 tys. zł. krótkoterminowo z kredytu - docelowo ze środków z emisji akcji serii C oraz 20 tys. zł. ze środków własnych), 11 630 tys. zł. w dniu 23.04.2007 (sfinansowane z emisji 1 735 821 akcji serii D firmy Makarony Polskie S.A. dla udziałowców Stoczek Sp. z o.o.).

Od marca 2007 roku Makarony Polskie S.A. są powiązane organizacyjnie ze spółką Stoczek Sp. z o.o. poprzez umowne przejście funkcji sprzedaży obu spółek przez dział handlowy firmy Makarony Polskie S.A. (wynagrodzenie opiera się na 4 % prowizji).

W latach 2006-2007 zakupiono następujące nieruchomości stanowiące elementy obiektu, w którym mieści się zakład produkcyjny w Płocku:

- w dniu 20 czerwca 2006 roku Makarony Polskie S.A. zawarły umowę zakupu nieruchomości od członka Zarządu – Grzegorza Słomkowskiego za kwotę 374 tys. zł. Celem zakupu, finansowanego środkami własnymi, była rozbudowa węzła mącznego,
- w dniu 5 marca 2007 roku oraz 27 kwietnia 2007 roku Makarony Polskie S.A. zawarły umowy zakupu nieruchomości położonych w Płocku od członka Zarządu – Grzegorza Słomkowskiego za kwotę 1 713 tys. zł. Zakup stanowi realizację celów

inwestycyjnych Spółki opisanych w Prospekcie Emisyjnym – zakup nieruchomości i budowa magazynu wysokiego składowania w Płocku.

Pozostałe znaczące inwestycje zakończone i przyjęte do użytkowania w 2006 roku obejmowały przede wszystkim maszyny i urządzenia, na których nabycie i modernizację Makarony Polskie S.A. pozyskały dotację z programu SPO WKP 2.3 w 2005 roku w kwocie 1 185 tys. zł (środki otrzymane 2006 roku). Inwestycja ta objęła między innymi:

- gruntowną modernizację linii do produkcji form krótkich w Płocku,
- automat pakujący w Płocku,
- węzeł mączny w Płocku,
- automat pakowania zbiorczego w Rzeszowie.

Największą inwestycją rozpoczętą w 2006 roku jest linia do produkcji form krótkich instalowana w Płocku. Nakłady na nią poniesione do 31 grudnia 2006 roku wynoszą 776 tys. zł i sfinansowane zostały ze środków własnych.

7. Opis transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli jednorazowa lub łączna wartość transakcji zawartych przez dany podmiot powiązany w okresie od początku roku obrotowego przekracza wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500 000 Euro.

Nie dotyczy.

8. Informacje o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczek, z uwzględnieniem terminów ich wymagalności, oraz o udzielonych gwarancjach i poręczeniach.

W roku 2006 firma Makarony Polskie S.A. korzystała z kredytów obrotowych na finansowanie działalności bieżącej i kredytów długoterminowych na pokrycie zobowiązań wynikających z prowadzonych przez Spółkę inwestycji.

Stan zobowiązań krótkoterminowych z tytułu zaciągniętych kredytów i pożyczek krótkoterminowych na dzień 31 grudnia 2006 roku wyniósł 3 666 tys. zł i wykazał 61 % wzrost w stosunku do kredytów na dzień 31 grudnia 2005 roku.

Saldo zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek wg stanu na dzień 31 grudnia 2006 roku wynosiło 301 tys. zł.

Spółka Makarony Polskie S.A. na dzień 31 grudnia 2006 roku jest stroną w umowach kredytowych z następującymi bankami:

- Bank BGŻ S.A.
 - umowa kredytu obrotowego w rachunku bieżącym,
 - umowa kredytu inwestycyjnego w rachunku inwestycyjnym.
- Bank PKO BP S.A.
 - umowa kredytu inwestycyjnego w walucie polskiej.

Kredyt obrotowy w rachunku bieżącym w BGŻ S.A.

| | |
|--|---|
| Warunki kredytowania | |
| Wartość umowna kredytu | 2 500 tys. zł |
| Okres kredytowania | 06.11.2006 – 05.11.2007 |
| Stan kredytu na dzień 31 grudnia 2006 roku | 2 411 tys. zł |
| Harmonogram spłat | 05.11.2007 – 2 500 tys. zł |
| Zabezpieczenie kredytu | <ul style="list-style-type: none"> ✓ hipoteka kaucyjna do kwoty 3 200 tys. zł na nieruchomościach w Rzeszowie objętych KW nr RZ1Z/00076860/5 (wpisana 20 marca 2007 roku) wraz z cesją z polisy ubezpieczeniowej, ✓ zastaw rejestrowy na wyrobach gotowych o wartości 800 tys. zł w magazynach w Rzeszowie i w Płocku wraz z cesją praw z polisy ubezpieczeniowej, ✓ zastaw rejestrowy na materiałach (w tym mąka, folie, kartony) o wartości 200 tys. zł w magazynach w Rzeszowie i w Płocku wraz z cesją praw z polisy ubezpieczeniowej, ✓ weksel własny in blanco wraz z deklaracją wekslową, ✓ pełnomocnictwa do rachunków Spółki w bankach BGŻ S.A., BZ WBK S.A. i BRE S.A. |

Kredyt inwestycyjny w rachunku inwestycyjnym w BGŻ S.A.

| | |
|--|---|
| Warunki kredytowania | |
| Wartość umowna kredytu | 1 366 tys. zł |
| Okres kredytowania | 16.02.2005 – 15.02.2013 |
| Stan kredytu na dzień 31 grudnia 2006 roku | 356 tys. zł |
| Harmonogram spłat | <ul style="list-style-type: none"> ✓ jedna rata kwartalna w wysokości 44 tys. zł płatna w dniu 10 października 2005 roku, ✓ 29 kolejnych rat kwartalnych w wysokości 13 tys. zł płatnych w 10 dniu miesiąca następującego po zakończeniu kwartału, ✓ jedna rata w wysokości 911 tys. zł płatna w dniu 30 czerwca 2006 roku, ✓ jedna rata w wysokości 13 tys. zł płatna w dniu 15 lutego 2013 roku. |
| Zabezpieczenie kredytu | <ul style="list-style-type: none"> ✓ zastaw rejestrowy na maszynach i urządzeniach tj. automacie pakującym i parkiecie w Rzeszowie oraz automacie pakującym i węźle mącznym w Płocku o łącznej wartości 1 439 tys. zł wraz z cesją praw z polisy ubezpieczeniowej, ✓ pełnomocnictwa do rachunków bieżących Spółki, ✓ cesja wierzytelności z umowy nr SPO-WKP/2.3/2/14/931 z 3 października 2005 roku zawartej z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości. |

Kredyt inwestycyjny w walucie polskiej w Banku PKO BP S.A.

| | |
|--|--|
| Warunki kredytowania | |
| Wartość umowna kredytu | 1 200 tys. zł |
| Okres kredytowania | 22.12.2006 – 30.06.2007 |
| Stan kredytu na dzień 31 grudnia 2006 roku | 1 200 tys. zł |
| Harmonogram spłat | 30.06.2007r. – 1 200 tys. zł |
| Zabezpieczenie kredytu | <ul style="list-style-type: none"> ✓ weksel własny in blanco wraz z deklaracją wekslową, ✓ zastaw rejestrowy na zapasach magazynowych w Rzeszowie w kwocie 600 tys. zł (wpisany 23 stycznia 2007 roku) wraz z cesją praw z polisy ubezpieczeniowej, ✓ hipoteka zwykła w kwocie 1,2 mln zł oraz hipoteka kaucyjna do kwoty 270 tys. zł na nieruchomościach w Rzeszowie objętych KW nr RZ1Z/00076860/5 wraz z cesją z polisy ubezpieczeniowej (wpisane 23 marca 2007 roku) ✓ pełnomocnictwa do rachunków Spółki w Bankach BZ WBK S.A. i BRE S.A. |

W trakcie roku obrotowego firma Makarony Polskie S.A. dokonała wcześniejszej spłaty części zobowiązań kredytowych:

- w dniu 30 maja 2006 roku 400 tys. zł kredytu obrotowego zaciągniętego na okres od 6 lutego 2006 roku do 15 stycznia 2007 roku w banku BGŻ S.A. zgodnie z umową z 6 lutego 2006 roku (kwota umowna kredytu to 400 tys. zł),
- w dniu 31 sierpnia 2006 roku 59 tys. zł kredytu inwestycyjnego zaciągniętego w Banku BGŻ S.A. na okres od 16 lutego 2005 roku do 15 lutego 2013 roku w banku BGŻ S.A. zgodnie z umową z 16 lutego 2005 roku (kwota umowna kredytu to 471 tys. zł).

W roku finansowym 2006 Spółce zostały udzielone 3 gwarancje finansowe zabezpieczające prawidłową realizację zobowiązań w ramach umów zawartych z Agencją Rynku Rolnego:

- dwie z nich na łączną kwotę 10 513 tys. zł. zabezpieczały prawidłową realizację kontraktu w ramach programu „Dostarczanie żywności dla najuboższej ludności Unii Europejskiej 2006”,
- trzecia w wysokości 9 518 tys. zł zabezpiecza prawidłową realizację kontraktu w ramach programu „Dostarczanie żywności dla najuboższej ludności Unii Europejskiej 2007”.

Gwaranci to:

- Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń Ergo Hestia S.A.,
- PZU S.A. Oddział Okręgowy w Lublinie.

| Gwarant | Data zawarcia umowy | Nr gwarancji | Kwota gwarancji (w złotych) | Termin ważności gwarancji |
|------------------|----------------------------|---------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| Ergo Hestia S.A. | 09.03.2006 | 250000416716 | 5 000 000,00 | 20.03.2006-28.02.2007 |
| PZU S.A. | 15.03.2006 | GH/6/06-061-35-06 | 5 013 007,93 | 20.03.2006-28.02.2007 |
| Ergo Hestia S.A. | 06.12.2006 | 250000966726 | 9 517 583,94 | 15.12.2006-28.02.2008 |

Dwie pierwsze gwarancje zostały zwolnione przez Agencję Rynku Rolnego w styczniu 2007 roku:

- Sopotckie Towarzystwo Ubezpieczeń Ergo Hestia S.A. – 17 stycznia 2007 roku,
- PZU S.A. Oddział Okręgowy w Lublinie – 19 stycznia 2007 roku.

Ostatnia gwarancja zabezpiecza prawidłową realizację umowy z Agencją Rynku Rolnego w ramach programu „Dostarczanie żywności dla najuboższej ludności Unii Europejskiej 2007”. Jej zwolnienie nastąpi po zrealizowaniu umowy do dnia 28 lutego 2008 roku lub wcześniej na wniosek Emitenta proporcjonalnie do ilości dostarczonego makaronu.

9. Informacje o udzielonych pożyczkach z uwzględnieniem terminów ich wymagalności a także udzielonych poręczeniach i gwarancjach, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek, poręczeń i gwarancji udzielonych jednostkom powiązanim Spółki.

W roku obrotowym 2006 firma Makarony Polskie S.A. była stroną dwóch umów pożyczek.

- W dniu 5 października 2005 roku zawarto z firmą Agro-Technika S.A umowę pożyczki w kwocie 500 tys. zł. Okres obowiązywania umowy ustalony został od 5 października do 29 grudnia 2005 roku. Oprocentowanie pożyczki wynosiło 8 % w stosunku rocznym. Strony ustaliły, iż spłata pożyczki nastąpi w kwocie:
 - 150 tys. zł – płatnej do 30 listopada 2005 roku (zapłacone w dniu 17 listopada 2005 roku),
 - 350 tys. zł – płatnej do 29 listopada 2005 roku.

W dniu 11 stycznia 2006 roku zawarto aneks nr 1 do powyższej umowy, w którym strony ustaliły harmonogram spłat pożyczki:

- do 10 stycznia 2006 roku – 90 tys. zł (zapłacone w dniu 10 stycznia 2006 roku),
- do 31 stycznia 2006 roku – 110 tys. zł (zapłacone w dniu 20 stycznia 2006 roku),
- do 28 lutego 2006 roku – 150 tys. zł (zapłacono kwotę 80 tys. zł w dniu 23 lutego 2006 roku).

W dniu 27 lutego 2006 roku zawarto aneks nr 2 do powyższej pożyczki, w którym strony ustaliły następujący harmonogram spłat pożyczki:

- do 30 sierpnia 2006 roku – 70 tys. zł. (w dniu 19 lipca 2006 roku zapłacono kwotę 35 tys. zł, w dniu 25 września 2006 roku zapłacono kwotę 35 tys. zł).
- Umowa pożyczki z 28 grudnia 2006 roku zawarta z firmą Stoczek Spółka z o. o., na mocy której Spółka udzieliła pożyczki w wysokości 300 tys. zł. Oprocentowanie wynosi 6,30 % w skali roku. Strony ustaliły termin zwrotu pożyczki na dzień 30 czerwca 2007 roku.

Firma Makarony Polskie S.A. udzieliła zabezpieczenia prawidłowego wykonania umowy zawartej pomiędzy Agencją Rynku Rolnego, a TDM Arrtrans S.A. Udzielenie zabezpieczenia było związane z faktem, że Spółka została wybrana jako podwykonawca dostaw. W związku z powyższym w umowie o gwarancję transakcji zostały wskazane zabezpieczenia, których udzieliła Spółka w łącznej wysokości 8 372 tys. zł. Przedmiotem zabezpieczenia na majątku firmy Makarony Polskie S.A. było:

- poręczenie weksla własnego in blanco wystawionego przez TDM Arrtrans S.A.;
- przewłaszczenie zapasów o łącznej wartości 580 tys. zł;

- przewłaszczenie linii do produkcji form długich makaronu firmy PAVAN o wartości 2 317 tys. zł;
- hipoteka kaucyjna do kwoty 2 734 tys. zł ustanowiona na nieruchomości w Rzeszowie - Zwiężczyca KW 76860;
- hipoteka kaucyjna do kwoty 1 470 tys. zł ustanowiona na nieruchomości w Płocku KW PL1P/00094893/6;
- hipoteka kaucyjna do kwoty 452 tys. zł ustanowiona na nieruchomości w Rzeszowie - Zwiężczyca KW 120491;
- cesja polis ubezpieczeniowych przewłaszczanych środków trwałych i zabezpieczanych nieruchomości.

W lutym 2007 roku bank BGŻ S.A. udzielił Makarony Polskie S.A. gwarancji bankowej, której beneficjentem jest spółka ANSELMO z siedzibą w Republice Włoskiej w Benne Vagienna. Gwarancja opiewa na kwotę 127 tys. Euro i zabezpiecza płatność końcową (20 %) kontraktu inwestycyjnego na zakup przez Spółkę linii do produkcji i suszenia makaronu. Termin ważności gwarancji obejmuje okres od 23 lutego 2007 roku do 22 sierpnia 2007 roku. Jako zabezpieczenie powyższej gwarancji w dniu 23 lutego 2007 roku firma Makarony Polskie S.A. zawarła z BGŻ S.A. umowę kaucji w kwocie 510 tys. zł. Kaucja jest oprocentowana w wysokości 3 % w stosunku rocznym. Bank zobowiązał się do zwrotu kaucji wraz z oprocentowaniem w ciągu 7 dni od dnia całkowitej spłaty gwarancji. Przed całkowitą spłatą gwarancji Emitent może odebrać kaucję za zgodą Banku.

10. W przypadku emisji papierów wartościowych w okresie objętym raportem – opis wykorzystania przez Spółkę wpływów z emisji.

Nie dotyczy.

11. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie rocznym a wcześniej publikowanymi prognozami wyników na dany rok 2006.

Wyniki szacunkowe Spółki na rok 2006 opublikowane zostały w prospekcie emisyjnym podanym do publicznej wiadomości w dniu 26 marca 2007 roku. Porównanie zweryfikowanych wyników z szacunkami nie wykazuje znaczących rozbieżności.

| Wyszczególnienie | 2006 | 2006 – dane szacunkowe | Odchylenie % od szacunku |
|---|--------|------------------------|--------------------------|
| Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów | 46 557 | 46 547 | 0,02 % |
| Zysk (strata) brutto ze sprzedaży | 8 209 | 8 133 | 0,93 % |
| Zysk (strata) na sprzedaży | 2 540 | 2 589 | -1,89 % |
| Zysk (strata) z działalności operacyjnej (EBIT) | 2 450 | 2 513 | -2,51 % |
| Zysk (strata) z działalności operacyjnej + amortyzacja (EBITDA) | 3 818 | 3 865 | -1,22 % |
| Zysk (strata) brutto (EBT) | 2 159 | 2 222 | -2,84 % |
| Zysk (strata) netto | 1 822 | 1 842 | -1,09 % |

12. Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie Spółka podjęła lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.

Makarony Polskie S.A. posiadały w 2006 roku bardzo dobrą płynność finansową. Wszystkie zobowiązania, w tym bankowe, podatkowe i składki do ZUS Spółka regulowała terminowo i nie przewiduje żadnego realnego ryzyka mogącego wpłynąć na powstanie opóźnień w obecnym roku obrotowym. Dobry standing finansowy oraz niskie zadłużenie umożliwiają Spółce łatwe zaciągnięcie nowych zobowiązań w przypadku zapotrzebowania na dodatkowe środki. Posiadane nadwyżki finansowe były przez Spółkę lokowane w celu ich efektywnego zagospodarowania.

W związku z przeprowadzoną emisją akcji serii C i pozyskaniem znaczącej kwoty środków finansowych, sytuacja lokowania nadwyżek będzie kontynuowana przynajmniej do czasu realizacji celów emisji.

13. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania tej działalności.

W związku z powodzeniem emisji akcji serii C – osiągnięciem ceny z górnej granicy zawartych w Prospekcie Emisyjnym „widełek cen”, niskim zadłużeniem oraz dobrym standingiem finansowym pozwalającym na łatwe pozyskanie finansowania zewnętrznego Zarząd nie przewiduje powstania istotnych zagrożeń mogących zakłócić realizację inwestycji zaplanowanych na lata 2006 - 2008 przedstawionych w Prospekcie Emisyjnym:

| Łączne planowane inwestycje na lata 2006 – 2008 w mln zł | Wartość | |
|--|--------------|--------------|
| | Minimalna | Maksymalna |
| | 46,87 | 49,37 |
| Inwestycje w majątek produkcyjny / rzeczowy | 18,52 | |
| <i>w tym: linia do produkcji form krótkich o wydajności 1 800 kg/h</i> | 2,71 | |
| <i>w tym: linia do produkcji makaronu w formie gniazd o wydajności 500 – 600 kg/h</i> | 4,74 | |
| <i>w tym: linia do produkcji spaghetti o wydajności 1 300 kg/h</i> | 5,14 | |
| <i>w tym: zakup nieruchomości oraz budowa magazynu wysokiego składowania w Płocku.</i> | 2,1 | |
| <i>w tym: silosy na mąkę i system precyzyjnego dozowania mąki</i> | 0,84 | |
| <i>w tym: inwestycje w automatyzację systemów konfekcjonowania</i> | 1,21 | |
| <i>w tym: media i inwestycje pomocnicze</i> | 1,78 | |
| Promocja produktów markowych | 2,00 | |
| Rozbudowa sieci sprzedaży | 2,00 | |
| Zwiększenie kapitału obrotowego | 1,50 | 2,00 |
| Akwizycja 100 % udziałów firmy Stoczek Sp. z o.o. | 12,85 | |
| Podwyższenie kapitału firmy Stoczek Sp. z o.o. | 5,00 | 6,00 |
| Akwizycje | 5,00 | 6,00 |

Po uwzględnieniu zweryfikowanych kosztów emisji akcji serii C i D źródłami finansowania zgodnie z przewidywaniami Zarządu będą:

- środki własne: 5,0 mln zł,
- emisja publiczna akcji serii C: 24,5 mln zł,
- emisja prywatna akcji serii D: 11,5 mln zł,
- kredyty bankowe/finansowanie zewnętrzne: 4,8-7,3 mln zł.

W przypadku podjęcia decyzji o realizacji nowych inwestycji np. przejęć wymagających pozyskania dodatkowych środków finansowych, Zarząd nie wyklucza przeprowadzenia nowych publicznych bądź prywatnych emisji akcji.

14. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy 2006, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik.

W roku 2006 w widoczny sposób zrealizowane zostały cele strategii realizowanej do 2004 roku polegającej na osiągnięciu efektów skali poprzez zwiększenie sprzedaży (mocy produkcyjnych) przy znacząco niższym wzroście kosztów zarówno sprzedaży jak i ogólnego zarządu. Inwestycje roku 2005, które spowodowały czasowe zatrzymanie produkcji w zakładzie w Płocku (w konsekwencji obniżenie wyniku), spowodowały znaczące zwiększenie zarówno mocy produkcyjnych w 2006 roku jak i poprawę jakości produktów co miało wyraźne przełożenie na osiągnięty wynik netto. Przez większą część roku (do września) także ceny podstawowego surowca – mąki - utrzymywały się na niskim poziomie co miało pozytywne odzwierciedlenie w wynikach. Spółka w całości i bez zastrzeżeń zrealizowała także kontrakt z Agencją Rynku Rolnego, do której dostarczyła ok. 25 % sprzedanego w 2006 roku makaronu.

15. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa Spółki oraz opis perspektyw rozwoju działalności Spółki co najmniej do końca roku obrotowego następującego po roku obrotowym, za który sporządzono sprawozdanie finansowe zamieszczone w raporcie rocznym, z uwzględnieniem elementów strategii rynkowej przez niego wypracowanej.

Długoterminowym celem strategicznym firmy Makarony Polskie jest zbudowanie silnego podmiotu działającego w najatrakcyjniejszych segmentach rynku artykułów spożywczych. W każdym segmencie rynku, na którym działamy, chcemy stać się jednym z trzech największych producentów.

Podstawowe działania strategiczne obejmują:

Wzrost skali działalności

Makarony Polskie S.A. w 2006 roku posiadały około 13-procentowy udział w rynku makaronów w ujęciu ilościowym. Tak znaczny udział w rynku został uzyskany przy maksymalnym wykorzystaniu własnych mocy produkcyjnych oraz dzięki zamówieniom usługowej produkcji makaronu u innych producentów posiadających rezerwy mocy produkcyjnych. Docelowo Emitent zamierza osiągnąć 20-procentowy udział w rynku w ujęciu ilościowym, co umożliwi osiągnięcie ugruntowanej pozycji w pierwszej trójce największych producentów na polskim rynku.

Jednocześnie spółka Makarony Polskie posiada obecnie zaledwie 1 % (w ujęciu ilościowym) udziału w rynku makaronu produkowanego pod własnymi markami. Emitent planuje osiągnięcie 8 % ilościowego udziału produktów pod markami Spółki w całym rynku do końca 2008 roku.

Planowany wzrost mocy produkcyjnych będzie realizowany na dwa sposoby:

- Poprzez inwestycje w park maszynowy, co umożliwi zwiększenie mocy produkcyjnych i dalszą realizację efektów skali,
- Kontynuując konsolidację producentów makaronu.

Powyższe działania mają na celu zwiększenie mocy produkcyjnych o około 130 % do końca 2008 roku oraz rozszerzenie asortymentu o nowe produkty.

Rozbudowa sieci sprzedaży

Rozbudowa sieci sprzedaży ma na celu zmianę struktury odbiorców przy jednoczesnym ilościowym i wartościowym wzroście sprzedaży produktów pod własnymi markami. Poprawa efektywności kanałów dystrybucji nastąpi w wyniku:

- dalszego rozwoju współpracy z sieciami w zakresie produktów private label, co dzięki większej skali produkcji umożliwi obniżenie jednostkowych kosztów produkcji,
- wzrostu sprzedaży produktów markowych (SORENTI, Makaron Staropolski) oraz wprowadzeniu ich do sieci super i hipermarketów (do końca 2006 roku sprzedaż realizowana wyłącznie w handlu tradycyjnym),
- rozbudowy sieci dystrybucji w handlu tradycyjnym. Obecnie Emitent zatrudnia 30 przedstawicieli handlowych realizujących w handlu tradycyjnym sprzedaż zarówno makaronu jak i dań gotowych,
- rozwoju eksportu makaronu.

Promocja produktów markowych

Obecnie większość sprzedaży Spółki (około 80 % wartości sprzedaży w 2006 roku) kierowana jest na rynek pod obcymi markami. Dotychczasowy poziom sprzedaży makaronu pod markami własnymi nie satysfakcjonuje Emitenta. Zwiększenie sprzedaży makaronu pod markami SORENTI oraz Makaron Staropolski jest postrzegane jako priorytet w obecnej strategii Spółki, ponieważ bezpośrednio przyczyni się do wzrostu jej rentowności. Ten cel Emitent zamierza osiągnąć poprzez:

- wprowadzenie produktów markowych do sieci super i hipermarketów,
- rozbudowę sieci dystrybucji w handlu tradycyjnym,
- konsekwentną budowę marki i wizerunku produktów przy wykorzystaniu ogólnopolskich kampanii medialnych.

Wprowadzenie nowych artykułów spożywczych

Emitent jest świadomy, że poprawa rentowności w horyzoncie długoterminowym wymaga wprowadzenia na rynek nowych towarów pod własnymi markami. W tym celu Spółka podejmie działania zmierzające do przejęcia innych producentów, najchętniej posiadających już znane na rynku marki. W związku z realizowaną strategią w grudniu 2006 roku zawarta

została warunkowa umowa nabycia udziałów firmy Stoczek, producenta dań gotowych (mięsnych i bezmięsnych), przetworów oraz mrożonek owocowych i warzywnych.

Emitent jest zainteresowany kontynuacją konsolidacji rynku makaronów w Polsce oraz przejęciami podmiotów działających w najbardziej perspektywicznych segmentach rynku artykułów spożywczych. Środki na ten cel pochodzić będą z emisji akcji serii C oraz środków własnych. Spółka nie wyklucza również emisji akcji przy przyszłych większych projektach.

Podstawową cechą nowych produktów, które Spółka będzie wprowadzała do oferty w wyniku rozwoju własnych produktów oraz przejęć, ma być stosunkowo wysoka wartość dodana związana z możliwością osiągnięcia unikalnego smaku kojarzącego się z konkretną marką. Dotyczy to wyrobów przetworzonych, bardziej skomplikowanych, gdzie bardzo istotna jest unikalna receptura, w tym między innymi: dania gotowe lub gotowe dodatki do potraw.

W pierwszej kolejności przewidywane jest wprowadzenie produktów komplementarnych do makaronu – sosów do makaronu.

W zakresie innych dań gotowych preferowane będą nowoczesne produkty o wzrostowych perspektywach oraz tradycyjne potrawy polskiej kuchni.

Spółka oczekuje osiągnięcia efektów synergii z dystrybucji grupy towarów pod marką Emitenta w istniejących kanałach sprzedaży.

Cele ekonomiczne

Emitent zakłada osiągnięcie do końca 2008 roku następujących celów ekonomicznych w zakresie rynku makaronu:

- co najmniej 20 % udziału w polskim rynku makaronu – rozumiane jako udział ilościowy makaronu produkowanego przez Spółkę do wielkości sprzedaży makaronu produkowanego w Polsce wg danych GUS,
- osiągnięcie przez produkty markowe Spółki 8 % udziału w rynku makaronu (ilościowo).

Konsekwentna realizacja przyjętej strategii zapewnia stały wzrost udziału w rynku oraz wzrost rentowności przedsiębiorstwa dzięki czemu akcjonariusze mogą oczekiwać ponadprzeciętnych zysków w długim horyzoncie czasowym.

Realizacja przyjętej strategii rozwoju firmy Makarony Polskie S.A.

W związku z pozyskaniem przez Makarony Polskie S.A. ponad 25 mln zł z emisji akcji serii C, możliwa będzie realizacja planowanych działań inwestycyjnych opisanych w prospekcie emisyjnym w dużej części finansowanych z tego źródła. Obecnie realizowana jest inwestycja w budowę magazynu wysokiego składowania Płocku oraz linia do produkcji form krótkich o mocy 1 800 kg/h wraz z instalacjami pomocniczymi (węzeł mączny oraz system konfekcjonowania produktu).

Emitent inwestuje także w rozbudowę sieci sprzedaży w kanale handlu tradycyjnego oraz wprowadzenie produktów do nowych dystrybutorów. Dotyczy to także produktów firmy Stoczek Sp. z o.o., na akwizycję której przeznaczona została także część środków emisji akcji serii C oraz wszystkie środki z przeprowadzonej emisji prywatnej akcji serii D (obecnie trwa wypełnianie formalnych warunków realizacji umowy zakupu 100 % udziałów firmy Stoczek Sp. z o.o. przez Makarony Polskie S.A.).

Wprowadzaniu produktów Emitenta do nowych dystrybutorów towarzyszy rozpoczęta w maju 2007 roku ogólnopolska telewizyjna kampania reklamowa (jeden z celów emisji publicznej).

Spółka kontynuuje analizowanie rynku makaronów oraz innych segmentów rynku artykułów spożywczych w celu identyfikacji możliwych celów do przejęć, których finansowanie pochodzić będzie z obecnie pozyskanych środków oraz nowych emisji akcji.

Istotne czynniki zewnętrzne oraz wewnętrzne dla rozwoju Spółki

- oczekiwany wzrost rynku makaronów zarówno ilościowy jak i wartościowy na poziomie około 5 %,
- stabilizacja z tendencją spadkową ceny mąki z pszenicy zwyczajnej,
- skuteczność i tempo przeprowadzania procesów konsolidacyjnych i prorozwojowych w przejmowanych podmiotach,
- zakres zakładanych efektów skali w działalności makaronowej,
- osiągnięcie efektów synergii z konsolidacji dystrybucji i sprzedaży,
- skuteczność prowadzonej kampanii reklamowej.

16. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem Spółki i jego grupą kapitałową.

Nie dotyczy.

17. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących Makarony Polskie S.A. w 2006 roku.

✓ Zarząd

W okresie od dnia 1 stycznia 2006 roku do 31 grudnia 2006 Zarząd Makarony Polskie S.A. działał w następującym składzie:

- Paweł Nowakowski – Prezes Zarządu
- Grzegorz Słomkowski – Wiceprezes Zarządu

✓ Rada Nadzorcza

W okresie od dnia 1 stycznia 2006 roku do 27 czerwca 2006 roku Rada Nadzorcza firmy Makarony Polskie S.A. działała w następującym składzie:

- Dariusz Bliźniak – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Jan Bury – Członek Rady Nadzorczej
- Wojciech Fila – Członek Rady Nadzorczej
- Piotr Góralewski – Członek Rady Nadzorczej
- Jarosław Parzyka – Członek Rady Nadzorczej

W związku z rezygnacjami z zasiadania w Radzie Nadzorczej, jakie 27 czerwca 2006 roku złożyli Jan Bury i Wojciech Fila, Zwyczajne Walne Zgromadzenie firmy Makarony Polskie S.A. powołało do składu Rady Tomasza Glinickiego (uchwała nr 17 ZWZ z 27 czerwca 2006 roku) i Urszulę Rogóż-Bury (uchwała nr 18 ZWZ z 27 czerwca 2006 roku).

Uwagi na upływającą dwuletnią kadencją Rady Nadzorczej Spółki, Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie firmy Makarony Polskie S.A. w dniu 29 sierpnia 2006 roku ustaliło liczbę członków Rady Nadzorczej II kadencji na pięć osób i powołało w jej skład:

- Dariusza Bliźniaka – Uchwała nr 4/2006 NWZ z 29 sierpnia 2006 roku,
- Tomasza Glinickiego – Uchwała nr 5/2006 NWZ z 29 sierpnia 2006 roku,

- Piotra Góralewskiego - Uchwała nr 6/2006 NWZ z 29 sierpnia 2006 roku,
- Jarosława Pardykę - Uchwała nr 7/2006 NWZ z 29 sierpnia 2006 roku,
- Urszulę Rogóż-Bury - Uchwała nr 8/2006 NWZ z 29 sierpnia 2006 roku.

Ukonstytuowanie się Rady Nadzorczej II kadencji nastąpiło w dniu 25 września 2006 roku. Przewodniczącym Rady Nadzorczej został Dariusz Bliźniak.

Od 27 czerwca 2006 roku do 31 grudnia 2006 roku Rada Nadzorcza firmy Makarony Polskie S.A. działała w następującym składzie:

- Dariusz Bliźniak – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Urszula Rogóż-Bury – Członek Rady Nadzorczej
- Tomasz Glinicki – Członek Rady Nadzorczej
- Piotr Góralewski – Członek Rady Nadzorczej
- Jarosław Pardyka – Członek Rady Nadzorczej

18. Wszelkie umowy zawarte między Spółką a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia Spółki przez przejęcie (dane w złotych).

Na podstawie obowiązujących zapisów umowy o pracę Pawła Nowakowskiego (Prezes Zarządu) z 9 czerwca 2005 roku ze zmianami z 30 grudnia 2005 roku oraz 20 czerwca 2006 roku w przypadku wypowiedzenia umowy o pracę przed upływem bieżącej kadencji Zarządu przez Pracodawcę, pracownikowi przysługuje odszkodowanie w wysokości 72 000. zł, które zostanie wypłacone jednorazowo w dniu rozwiązania umowy o pracę.

Umowa o pracę Grzegorza Słomkowskiego (Wiceprezes Zarządu) z dnia 26 lipca 2004 roku zawiera zapis o zakazie konkurencji po ustaniu zatrudnienia obowiązujący:

- 2 lata, jeżeli umowa obowiązuje 2 lata,
 - 1 rok, jeżeli umowa obowiązywała ponad 2 lata,
 - 6 miesięcy, jeżeli umowa obowiązywała co najmniej 4 lata,
- (terminy liczone są od dnia podpisania umowy o pracę).

Odszkodowanie przewidziane w umowie wynosi:

- a. jeżeli zakaz konkurencji obowiązuje 2 lata:
 - 13 000 miesięcznie przez pierwsze 12 miesięcy,
 - 6 500 miesięcznie przez kolejne 12 miesięcy,
- b. jeżeli zakaz konkurencji obowiązuje 1 rok lub 6 miesięcy:
 - 6 500 zł miesięcznie.

19. Wartość wynagrodzeń, nagród lub korzyści, w tym wynikających z programów motywacyjnych lub premiowych opartych na kapitale Spółki, w tym programów opartych na obligacjach z prawem pierwszeństwa, zamiennych, warrantach subskrypcyjnych (w pieniądzu, naturze lub jakiegokolwiek innej formie), wypłaconych, należnych lub potencjalnie należnych odrębnie dla każdej z osób zarządzających i nadzorujących Spółkę w przedsiębiorstwie Spółki, bez względu na to, czy odpowiednio były one zaliczane w koszty, czy też wynikały z podziału zysku; w przypadku gdy Spółka jest jednostką dominującą lub znaczący inwestor – oddzielnie informacje o wartości wynagrodzeń i nagród otrzymanych z tytułu pełnienia funkcji we władzach jednostek podporządkowanych; jeżeli odpowiednie informacje zostały przedstawione w sprawozdaniu finansowym – obowiązek uznaje się za spełniony poprzez wskazanie miejsca i zamieszczenia w sprawozdaniu finansowym.

| Zarząd | Funkcja | Wartość wynagrodzeń wypłaconych i należnych za 2006 rok |
|---------------------|--------------------------------|---|
| Paweł Nowakowski | Prezes Zarządu | 170 003,00 zł |
| Grzegorz Słomkowski | Wiceprezes Zarządu | 144 000,00 zł |
| Sylwester Strużyna | Wiceprezes Zarządu | 11 619,02 zł |
| Rada Nadzorcza | Funkcja | Wartość wynagrodzeń wypłaconych i należnych za 2006 rok |
| Dariusz Bliźniak | Przewodniczący Rady Nadzorczej | 4 000,00 zł |
| Urszula Rogóż-Bury | Członek Rady Nadzorczej | 1 600,00 zł |
| Tomasz Glinicki | Członek Rady Nadzorczej | 1 600,00 zł |
| Piotr Góralewski | Członek Rady Nadzorczej | 1 600,00 zł |
| Jarosław Pardyka | Członek Rady Nadzorczej | 2 400,00 zł |
| Wojciech Fila | Członek Rady Nadzorczej | 1 600,00 zł |

20. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów Spółki) oraz akcji i udziałów w jednostkach powiązanych Spółki, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących (dla każdej osoby oddzielnie)

Zgodnie z informacjami posiadanymi przez Spółkę na dzień 31 grudnia 2006 roku zestawienie łącznej liczby i wartości nominalnej akcji będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących przedstawiało się następująco:

| Zarząd | Akcje Spółki będące w posiadaniu członków Zarządu na dzień 31 grudnia 2006 roku | | Akcje Spółki będące w posiadaniu członków Zarządu na dzień sporządzenia raportu giełdowego za pierwszy kwartał 2007 roku (27 kwietnia 2007 roku) | |
|----------------------------------|---|------------------------|--|------------------------|
| | Liczba akcji | Wartość nominalna (zł) | Liczba akcji | Wartość nominalna (zł) |
| Paweł Nowakowski | 188 571 | 565 713 zł | 188 985 | 566 955 zł |
| Grzegorz Słomkowski ¹ | 1 169 750 | 3 509 250 zł | 1 170 040 | 3 510 120 zł |

¹ łączna liczba akcji, które są w posiadaniu Grzegorza Słomkowskiego (Wiceprezes Zarządu) i jego małżonki

| Rada Nadzorcza | Akcje Spółki będące w posiadaniu Członków Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2006 roku | | Akcje Spółki będące w posiadaniu członków Rady Nadzorczej na dzień sporządzenia raportu giełdowego za pierwszy kwartał 2007 roku (27 kwietnia 2007 roku) | |
|----------------------|---|------------------------|--|------------------------|
| | Liczba akcji | Wartość nominalna (zł) | Liczba akcji | Wartość nominalna (zł) |
| Urszula Rogóż – Bury | 12 680 | 38 040 zł | 12 680 | 38 040 zł |
| Dariusz Bliźniak | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tomasz Glinicki | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Piotr Góralewski | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Jarosław Pardyka | 0 | 0 | 0 | 0 |

21. Akcje i udziały w jednostkach powiązanych Spółki w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących.

Członkowie Zarządu Makarony Polskie S.A. nie posiadali akcji jednostek powiązanych na dzień 31 grudnia 2006 roku oraz na dzień sporządzenia raportu giełdowego za pierwszy kwartał 2007 roku (27 kwietnia 2007 roku).

| Rada Nadzorcza | Akcje jednostek powiązanych będące w posiadaniu Członków Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2006 roku | | Akcje jednostek powiązanych będące w posiadaniu Członków Rady Nadzorczej na dzień sporządzenia raportu giełdowego za pierwszy kwartał 2007 roku (27 kwietnia 2007 roku) | |
|----------------------|--|------------------------|---|------------------------|
| | Liczba akcji | Wartość nominalna (zł) | Liczba akcji | Wartość nominalna (zł) |
| Urszula Rogóż – Bury | 15 000 | 60 000 zł | 15 000 | 60 000 zł |
| Dariusz Bliźniak | 2 500 | 10 000 zł | 2 500 | 10 000 zł |
| Tomasz Glinicki | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Piotr Góralewski | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Jarosław Pardyka | 0 | 0 | 0 | 0 |

22. Wskazanie akcjonariuszy posiadających, bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5 % w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, wraz ze wskazaniem liczby posiadanych przez te podmioty akcji, ich procentowego udziału w kapitale zakładowym, liczby głosów z nich wynikających i ich procentowego udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu.

Kapitał zakładowy Makarony Polskie S.A. na dzień 31 grudnia 2006 roku wynosił 12 549 000 zł i dzielił się na 4 183 000 akcji o wartości nominalnej 3,00 zł każda.

Akcjonariusze posiadający bezpośrednio, bądź przez podmioty zależne, co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki Makarony Polskie S.A. na dzień 31 grudnia 2006 roku (zgodnie z posiadanymi informacjami):

| Akcjonariusz | Liczba akcji | Udział w kapitale | Liczba głosów | Udział w głosach na WZ |
|--|---------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Agro-Technika S.A. z siedzibą w Ząbkach | 2 001 925 | 47,86 % | 2 001 925 | 47,86 % |
| Elżbieta i Grzegorz Słomkowsy | 1 169 750 | 27,96 % | 1 169 750 | 27,96 % |
| II NFI S.A. z siedzibą w Warszawie | 275 000 | 6,57 % | 275 000 | 6,57 % |

Kapitał zakładowy firmy Makarony Polskie S.A. na dzień sporządzenia raportu giełdowego za pierwszy kwartał 2007 roku (27 kwietnia 2007 roku) wynosił 21 549 000 zł i dzielił się na 7 183 000 akcji o wartości nominalnej 3,00 zł każda.

Akcjonariusze posiadający bezpośrednio, bądź przez podmioty zależne, co najmniej 5 % ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu spółki Makarony Polskie S.A. na dzień sporządzenia raportu giełdowego za pierwszy kwartał 2007 roku (27 kwietnia 2007 roku) (zgodnie z posiadanymi informacjami):

| Akcjonariusz | Liczba akcji | Udział w kapitale | Liczba głosów | Udział w głosach na WZ |
|--|---------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Agro-Technika S.A. z siedzibą w Ząbkach | 2 001 925 | 27,87 % | 2 001 925 | 27,87 % |
| Elżbieta i Grzegorz Słomkowsy | 1 170 040 | 16,29 % | 1 170 040 | 16,29 % |

23. Informacje o znanych Spółce umowach (w tym również zawartych po dniu bilansowym), w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy.

Na dzień opublikowania tego dokumentu nie są znane Spółce żadne umowy, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy. Umowy zawarte pomiędzy częścią akcjonariuszy a Domem Maklerskim PKO Banku Polskiego dotyczące ograniczeń w obrocie akcjami opisane zostały w jednym z kolejnych punktów tego sprawozdania.

24. Wskazanie posiadaczy wszelkich papierów wartościowych, które dają specjalne uprawnienia kontrolne w stosunku do Spółki wraz z opisem tych uprawnień.

Nie dotyczy.

25. Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

Nie dotyczy.

26. Wskazanie wszelkich ograniczeń dotyczących przenoszenia prawa własności papierów wartościowych Spółki oraz wszelkich ograniczeń w zakresie wykonywania prawa głosu przypadających na akcje Spółki.

Część akcjonariuszy posiadających akcje serii A i B oraz D firmy Makarony Polskie S.A. podpisało umowy z Domem Maklerskim PKO Banku Polskiego o nie sprzedawaniu, ani nie przenoszeniu w inny sposób własności, posiadania i praw do rozporządzania oraz nie obciążaniu określonej liczby posiadanych akcji przez okres od podpisania umowy do dnia przypadającego w okresie 12 miesięcy od daty zatwierdzenia Prospektu przez Komisję Nadzoru Finansowego (zatwierdzenie nastąpiło 22 marca 2007 roku)

Celem umów jest wzmocnienie powiązań łączących akcjonariuszy ze Spółką w celu zagwarantowania dalszego, stabilnego rozwoju oraz powodzenie planowanej oferty publicznej akcji Spółki. Wyżej wspomniane umowy dotyczą 49 % procent docelowej liczby akcji (po zarejestrowaniu akcji serii D w sądzie – wniosek o rejestrację złożony został w dniu 26 kwietnia 2007 roku).

| Akcjonariusz | Data podpisania umowy | Liczba akcji objętych ograniczeniem | Udział akcji objętych ograniczeniem w całkowitej liczbie akcji wszystkich serii. |
|-------------------------------|------------------------|-------------------------------------|--|
| Agro-Technika S.A. | 24 listopada 2006 roku | 2 001 925 | 22,45 % |
| Elżbieta i Grzegorz Słomkowsy | 24 listopada 2006 roku | 1 169 750 | 13,12 % |
| Paweł Nowakowski | 24 listopada 2006 roku | 188 571 | 2,11 % |
| Zdzisław Sawicki | 22 lutego 2007 roku | 892 000 | 10,00 % |
| Włodzimierz Parzydło | 19 kwietnia 2007 roku | 92 500 | 1,03 % |
| | Razem | 4 344 746 | 48,71 % |

Spółka nie dysponuje wiedzą odnośnie ograniczeń w wykonywaniu prawa głosu przez przypadających na akcje.

27. Informacje o:

- a) **Dacie zawarcia przez Spółkę umowy, z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych o dokonanie badania lub przeglądu sprawozdania finansowego lub skonsolidowanego sprawozdania finansowego oraz okresie, na jaki została zawarta ta umowa.**

Umowa o badanie i ocenę sprawozdania finansowego firmy Makarony Polskie S.A. za rok obrotowy 2006 została zawarta przez Spółkę w dniu 29 grudnia 2006 roku. Audytorem została firma Moore Stephens Józef Król Sp. z o.o. z siedzibą w Rzeszowie, wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod nr 691.

- b) Łącznej wysokości wynagrodzenia wynikającego z umowy z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych, należnego lub wypłaconego z tytułu badania i przeglądu sprawozdania finansowego oraz, jeżeli spółka sporządza skonsolidowane sprawozdanie finansowe, z tytułu badania i przeglądu skonsolidowanego sprawozdania finansowego dotyczącego danego roku obrotowego.**

Za wykonanie przez Moore Stephens Józef Król Sp. z o.o. usług wynikających z umowy o badanie i ocenę sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy 2006, firma Makarony Polskie S.A. zapłaci zryczałtowaną cenę umowną w wysokości 15 tys. zł netto plus 22 % VAT.

- c) Pozostałej łącznej wysokości wynagrodzenia, wynikającego z umowy z podmiotem uprawnionym do badania sprawozdań finansowych lub skonsolidowanych sprawozdań finansowych, należnego lub wypłaconego z innych tytułów niż określone w lit. b), dotyczącego danego roku obrotowego.**

Nie dotyczy.

- d) Informacje określone w lit. b) i c) dotyczące roku obrotowego 2005.**

Umowa o badanie i ocenę sprawozdania finansowego firmy Makarony Polskie S.A. za rok obrotowy 2005 została zawarta przez Spółkę w dniu 20 grudnia 2005 roku. Audytorem została firma Moore Stephens Józef Król Sp. z o.o. z siedzibą w Rzeszowie, wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych pod nr 691.

Za wykonanie przez Moore Stephens Józef Król Sp. z o.o. usług wynikających z umowy o badanie i ocenę sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy 2005 firma Makarony Polskie S.A. zapłaciła zryczałtowaną cenę umowną w wysokości 10 tys. zł netto plus 22 % VAT.

28. Zatrudnienie i płace w 2006 roku.

Przeciętne zatrudnienie w 2006 roku wyniosło 80 osób, na dzień 31 grudnia 2006 roku wyniosło 91 osób (stan na 21 maja 2007 roku - 119 osób). Średnia płaca ukształtowała się na poziomie 2 tys. zł (do zaprezentowanego przeciętnego wynagrodzenia wchodzi wszystkie wynagrodzenia z umowy o pracę bez zasiłków ZUS oraz wynagrodzenia ryczałtowego członków Zarządu).

Paweł Nowakowski
Prezes Zarządu

Grzegorz Słomkowski
Wiceprezes Zarządu

Rzeszów, 21 maja 2007 roku