

www.pb.pl

Puls Biznesu

cena 4,99 zł (w tym 8% VAT)
NR 54 (4067) INDEKS 349 127 WYD. A+B

dane
z godz. 18.00
z 18.03

↓ USD
3,02 PLN

↓ EUR
4,21 PLN

↓ CHF
3,46 PLN

↓ WIG20
-0,64%

↑ DAX
+0,67%

Wszystko dla małych i średnich firm. Czytaj na str. 12-17

PulsFirmy

Eksporterzy mogą liczyć na rząd, banki i faktorów

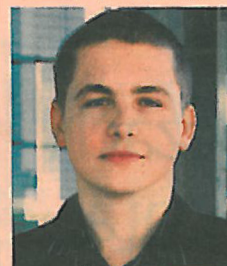
Firmy, które chcą sprzedawać za granicę, nie muszą polegać tylko na swojej gotówce. ▶ 12-13



PulsFirmy

Fiskus docisnie zagraniczne spółki

Rząd przyjął projekt nowelizacji autorstwa resortu finansów. ▶ 14



Biznes & Technologie

Abonament zamiast inwestycji

Chmura zdobywa popularność w małych firmach – mówi Paweł Regiec. ▶ 16

Makarony Polskie zrzuciły zbędne kilogramy

Koniec diety. Giełdowa spółka chce zdrowo rosnąć, by za pięć lat w większej grupie mieć miliard przychodów.

W ciągu ostatnich dwóch lat Makarony Polskie (MP) przeszły intensywną kurację odchudzającą. Przychody spółki skurczyły się z 210 mln zł do 130 mln zł. Wczoraj Zenon Daniłowski, prezes i główny akcjonariusz, ogłosił zakończenie porządków. Obiecuje, że w ciągu pięciu lat postara się zbudować grupę ze sprzedażą na poziomie 1 mld zł.

– Zmniejszyliśmy zatrudnienie z 400 do 260 osób, inaczej zorganizowaliśmy marketing, zmieniliśmy strukturę finansowania z kredytów krótkoterminowych na długoterminowe, zlikwidowaliśmy zakład w Płocku, zrezygnowaliśmy z centralnego magazynu na rzecz outsourcingu – wylicza Zenon Daniłowski.

Prezes chwali się o 148 proc. wyższym zyskiem netto w 2013 r. (2,9 mln zł wobec 1,17 mln zł rok wcześniej). Zapowiada też „znaczną” poprawę w 2014 r.

– Rentowność netto na poziomie 2 proc. nie jest satysfakcjonująca. Minimalna

rentowność w tej branży powinna wynosić 5 proc. i do tego dążymy – dodaje Zenon Daniłowski.

Jego zdaniem, spółka jako producent wyrobów masowych potrzebuje większej skali produkcji.

– Bez utraty rentowności – przestrzega Zenon Daniłowski.

Dlatego za pięć lat MP powinny działać w ramach grupy spożywczej z przychodami na poziomie 1 mld zł.

– Połączenia i akwizycje są naszym celem strategicznym. Najpierw chcielibyśmy jednak sprawdzić, jak nam się układa współpraca chociażby przy realizacji wspólnego kontraktu.

Interesują nas firmy ze sprzedażą nie mniejszą niż 100 mln zł – twierdzi Zenon Daniłowski.

Jeszcze dwa lata temu to MP mogły trafić w ręce większego gracza, bo prowadziły rozmowy z Grupą Maspex Wadowice. Teraz, jak zapewnia Zenon Daniłowski, spółka jest na tyle silna, by nie być li tylko przedmiotem transakcji.

– W przemyśle spożywczym na pewno znaczne większe możliwości dystrybucyjne i zakupowe ma duża grupa. Dodatkowo jako spółka giełdowa Makarony Polskie mają tę przewagę, że pieniądze na akwizycje mogą zdobyć na rynku kapitałowym albo po prostu

zapłacić za nie akcjami – komentuje Piotr Grauer, ekspert firmy doradczej KPMG.

Zenon Daniłowski nie chce ujawnić, w jakich sektorach branży spożywczej szuka potencjalnych partnerów. Opowiada o współpracy m.in. z branżą mięsną przy konfekcjonowaniu jej wyrobów.

– Na rynku niemieckim dobrze sprzedają się parówki w słoikach i puszkach. Zakłady mięsne nie mają jednak technologii takiego pakowania. My możemy więc w tym pomóc – opowiada Zenon Daniłowski.

Za pięć lat same MP chcą sprzedawać makarony za 250 mln zł rocznie i prze-

twory warzywno-owocowe za 200 mln zł (teraz to odpowiednio 101 mln zł i 30 mln zł). Zdaniem Piotra Grauera, MP trudno jednak będzie mocno urosnąć w kraju.

– Obecnie główna kategoria spółki, czyli makarony, rośnie, ale bardzo wolno, a rządzi Maspex z markami Lubella i Malma. Na drugim końcu jest grupa małych producentów garażowych i zagranicznych producentów private label – tłumaczy ekspert KPMG.

Dlatego MP pchają się m.in. do Chin i na rynek niemiecki. U naszych zachodnich sąsiadów będą otwierać biuro z własnym zespołem handlowym. [MICH]