

## **Makarony Polskie chwalą się sprzedażą. Akwizycja i dania gotowe wywindowały wyniki**

**Grupa Makarony Polskie opublikowała raport, podsumowujący działalność w 2021 roku. Całkowite skonsolidowane przychody ze sprzedaży za 2021 rok wyniosły ok. 170 mln zł, zysk netto ok. 6,4 mln zł, a EBITDA ponad 16,5 mln zł.**

Rok 2021 był pełen wyzwań. Gwałtowny i wysoki wzrost cen energii elektrycznej, gazu i paliw płynnych wpłynął na budżety zarówno firm, jak i konsumentów. Gwałtownie wzrastały ceny większości surowców, folii, kartonów, rosła inflacja, pogarszała się sytuacja geopolityczna.

- Producenci makaronów doświadczyli niemającego odpowiednika w latach wcześniejszych, drastycznego, skokowego wzrostu cen mąki makaronowej, który jest kontynuowany również w 2022 roku. Cena mąki z 970 zł za 1 tonę w kwietniu 2021 roku wzrosła do 2500 zł za 1 tonę w kwietniu 2022 roku - podsumowuje rok 2021 Zenon Daniłowski, Prezes Zarządu Makarony Polskie SA.

- W ciągu całego okresu sprawozdawczego Grupa Makarony Polskie podejmowała różnorodne działania, których celem było ograniczanie negatywnego wpływu czynników zewnętrznych na prowadzoną działalność operacyjną. Procesy produkcyjne zostały zoptymalizowane, systematycznie negocjowane były zarówno warunki zakupów surowców, materiałów, jak i warunki sprzedaży produktów. Działania te pozwoliły na utrzymanie najwyższej jakości wyrobów, rozwój portfolio poprzez wprowadzanie nowych produktów, wysoką sprzedaż i utrzymanie rentowności na poziomie lat poprzednich – dodaje.

### **Makarony Polskie wypłaciły dywidendę**

Sytuacja bilansowa Grupy w 2021 roku była korzystna. Pozwoliło to m.in. na wypłatę dywidendy przez Makarony Polskie SA w wysokości 0,30 zł na 1 akcję, a także przeprowadzenie akwizycji PPH „SAS” na przełomie 2021 i 2022 roku. Dzięki tej transakcji moce produkcyjne Grupy Makarony Polskie w zakresie produkcji makaronów wzrosły o ponad 30%.

PPH SAS to czwarta spółka, wchodząca w skład Grupy Kapitałowej, do której należą: Makarony Polskie SA (podmiot dominujący), Stoczek Natura Sp. z o.o. oraz MP Trade Sp. z o.o. Grupa ma cztery zakłady produkcyjne w Polsce: Rzeszowie, Częstochowie i Korpelach, w których produkuje makaron oraz w Stoczku Łukowskim, gdzie produkowane są m.in. dania gotowe na tackach i w miseczkach.

## Lider rynkowy makaronów walcowanych

- Obecnie jesteśmy liderem rynkowym w kategorii makaronów walcowanych i jajecznych. Wstępne wyniki pierwszego kwartału 2022 roku pokazują, że akwizycja SAS-a była dobrą decyzją. W 2022 roku planujemy przeprowadzić pełną integrację produkcji makaronów we wszystkich trzech lokalizacjach tj. Rzeszów, Częstochowa i Korpele, pozwoli to zintensyfikować efekty synergii – mówi o planach Grupy Zenon Daniłowski.

## Makarony Polskie o celach na 2022 rok

- Celem na 2022 rok jest budowa zasilania zakładów produkcyjnych w energię z fotowoltaiki oraz wdrożenie proekologicznych opakowań. Te przedsięwzięcia traktujemy nie tylko jako optymalizację kosztów, ale również jako element budowanej strategii ESG. Jako Zarząd mam ambicję kontynuować rozwój organiczny Grupy poprzez wzrost sprzedaży, w tym eksportu, rozwój produktów oraz poprawę rentowności. Wielkim wyzwaniem 2022 roku będzie chronienie Grupy przed niekorzystnymi zjawiskami w otoczeniu biznesowym i skutkami wojny: presją inflacyjną, a także drożyzną, brakami surowców i materiałów - podsumowuje.

## SoFood wiceliderem w kategorii

Mimo trudnego roku konsumenci potrafią docenić marki i produkty, które odpowiadają na ich potrzeby, czego przykładem jest marka SoFood. W 2021 roku linia dań gotowych na tackach i w miseczkach dynamicznie się rozwijała. SoFood wprowadzono na rynek w 2020 roku. Produkty te zostały bardzo dobrze przyjęte przez klientów, osiągając w 2021 roku pozycję wicelidera sprzedaży w swojej kategorii wg raportu firmy Nielsen. Rok wcześniej debiutująca marka SoFood, wg raportu tej samej firmy, osiągnęła trzecią pozycję pod względem sprzedaży wśród konkurentów obecnych na rynku od kilku lat.

### NIE PRZEGAP NAJWAŻNIEJSZYCH WIADOMOŚCI



Obserwuj nas w Google News