



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

# Wyniki finansowe za 2010 rok

Makarony Polskie S.A.  
CC Group Small & MidCap Conference 1<sup>st</sup> Edition

Warszawa, 23 marca 2011 roku



MAKARONY  
POLSKIE

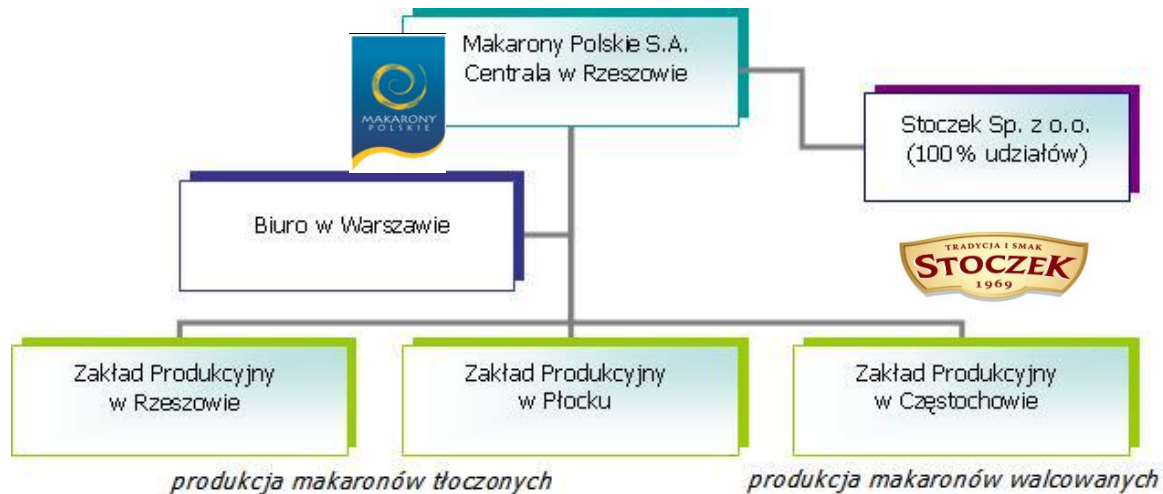
makarony.pl



# Informacja o spółce i rynkach sprzedaży

## ✦ Grupę Makarony Polskie tworzą:

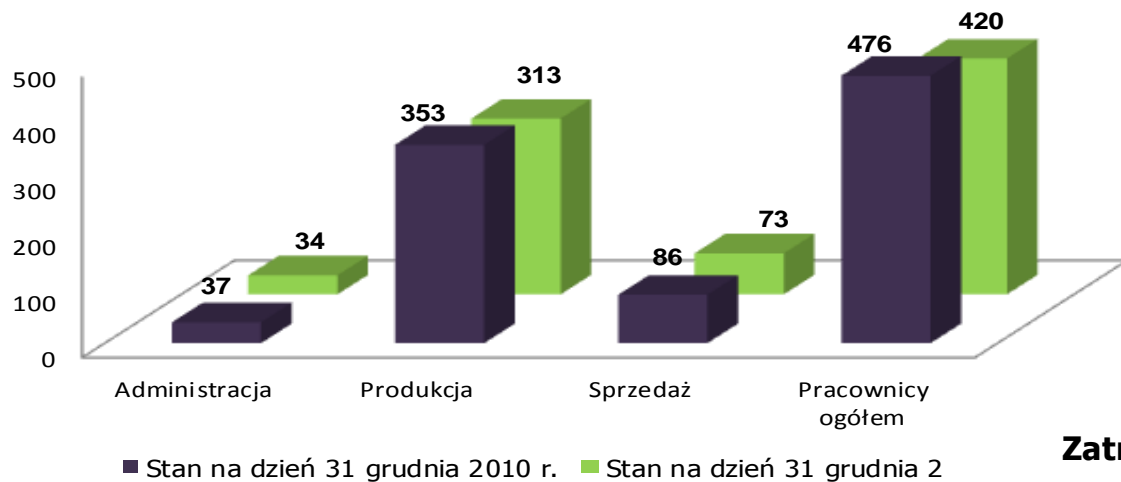
- ✦ Makarony Polskie S.A. (produkcja: Rzeszów, Płock, Częstochowa)
- ✦ Stoczek Sp. z o.o. (produkty marki Tenczynek będą wytwarzane w Stoczku Łukowskim)



# Zatrudnienie w Grupie Makarony Polskie

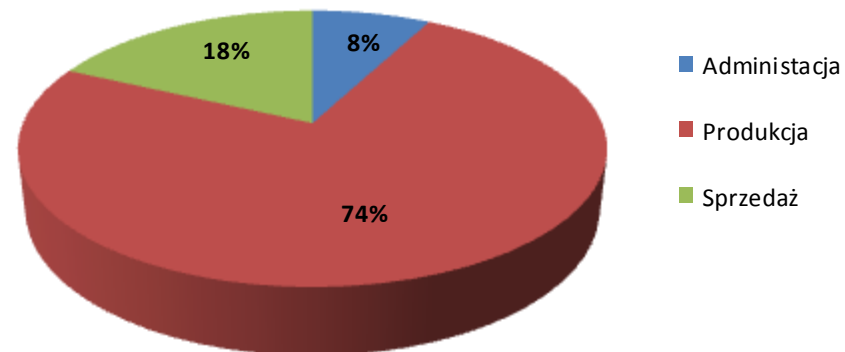


## Struktura zatrudnienia w Grupie Makarony Polskie S.A.



## Zatrudnienie w Grupie Makarony Polskie

stan na dzień 31 grudnia 2010r.





MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



## Kluczowe marki



- ✦ makaron produkowany w 100% z pszenicy durum,
- ✦ sosy do makaronu **Sorenti**

- ✦ Makaron produkowany metodą tradycyjną.



Dania gotowe, dżemy, smalce i pasztety. Wszystkie produkty powstają na bazie wyłącznie naturalnych, wyselekcjonowanych składników, bez środków konserwujących, sztucznych barwników i aromatów, dzięki czemu są zdrowe i smaczne.

- ✦ Dżemy, powidła, konfitury, marynaty, sałatki, przetwory warzywne, soki. Produkty marki Tenczynek powstają na bazie naturalnych składników, bez konserwantów i sztucznych dodatków dzięki czemu smakują tak jak dawniej.



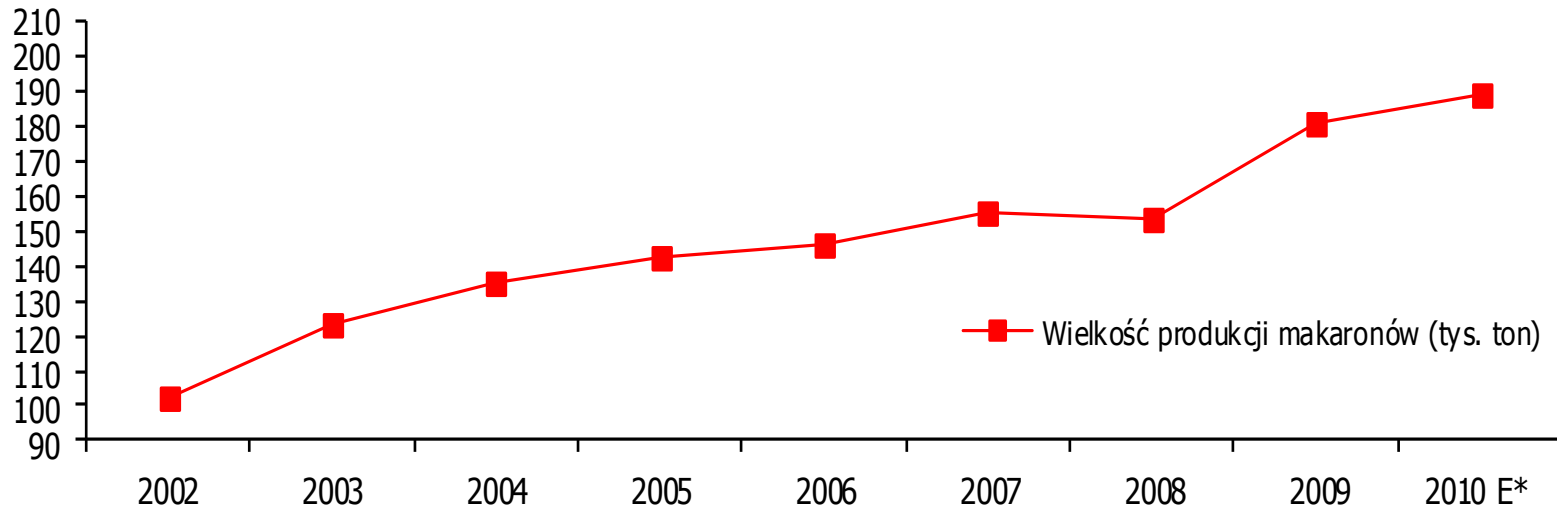


MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

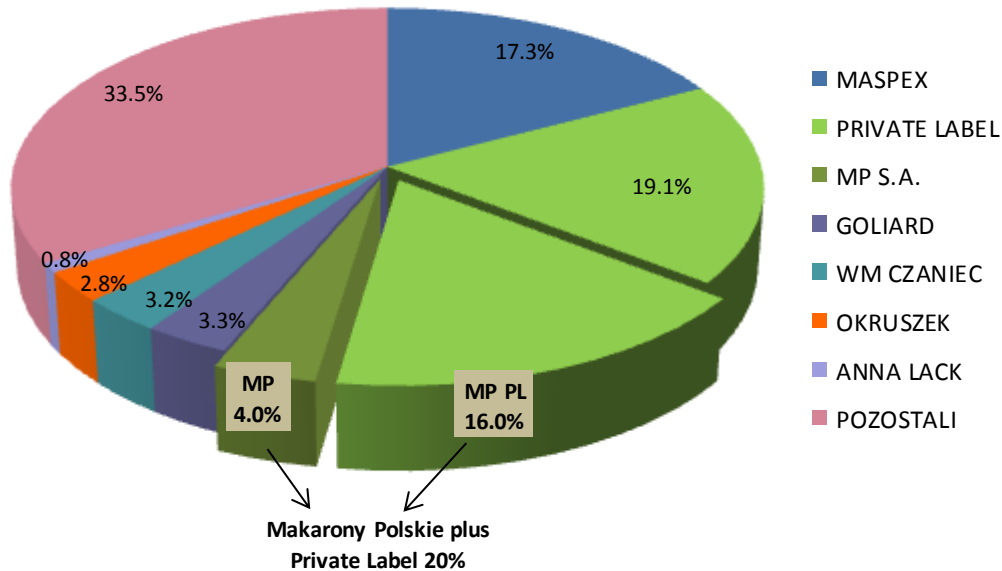
## Rynek makaronu - tendencje

- ✦ Na podstawie danych o produkcji przedsiębiorstwa o zatrudnieniu powyżej 50 osób w okresie I-XII 2010 roku wielkość produkcji makaronu w Polsce wyniosła **149 tys. ton** co stanowi wzrost o **10,9 %** do analogicznego okresu 2009 roku (wg danych GUS, 2010)
- ✦ średnio ok. 4,8 kg makaronu rocznie /wg danych GUS, 2010/
- ✦ ciągły wzrost konsumpcji na skutek zmieniających się preferencji żywieniowych Polaków 4%-5% rocznie
- ✦ duży potencjał wzrostu – spożycie makaronu w innych krajach Europy



\* prognoza Spółki

# Rynek makaronu

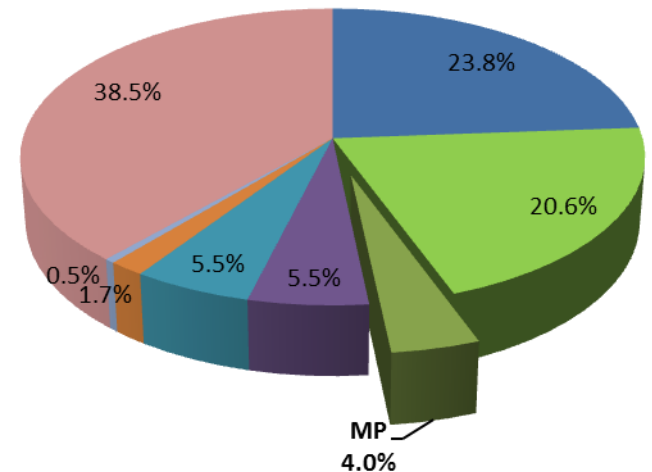


Źródło: NIELSEN udziały ilościowo, 12.2009-11.2010

Wg danych Nielsen udział w rynku produktów pod markami Spółki stanowił 4% ilościowo i 4 % wartościowo zapewniając drugą pozycję na rynku.

W roku 2010 wg Nielsen rynek makaronów był wart 802 mln złotych i ważył 144 tys. ton.

Z szacunków danych Spółki wynika, że udział w rynku Makaronów Polskich stanowi 5,4%.

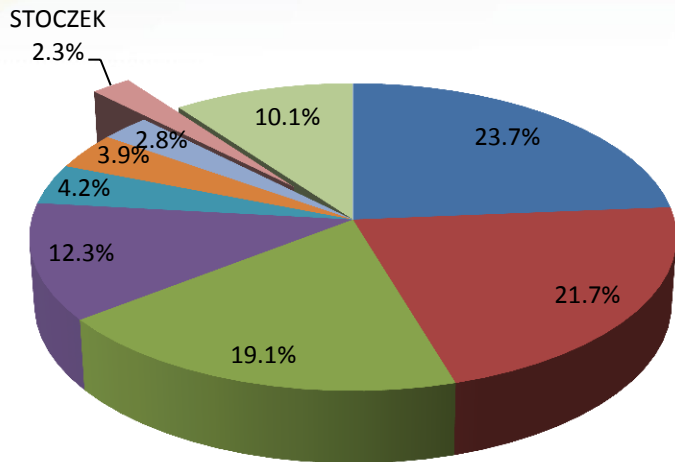


Źródło: NIELSEN udziały wartościowo, 12.2009-11.2010

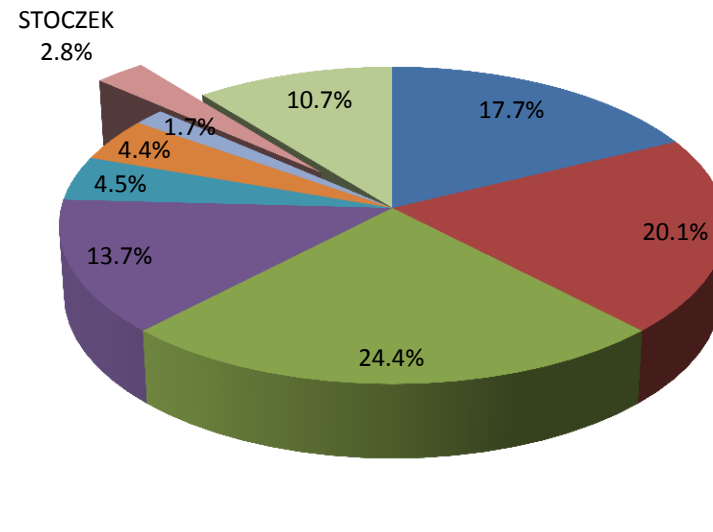
Sprzedaż MP	2009	2010
Produkty makaronowe markowe	24,5	27,2
Produkty makaronowe pod markami MP i PL	75,3	97,8

dane w mln. zł

# Rynek dań gotowych



Źródło: Nielsen (udziały ilościowo, XII 2009-XI 2010)



Źródło: Nielsen (udziały wartościowo, XII 2009-XI 2010)

Wg danych NIELSEN udział w rynku produktów pod marką Stoczek stanowi 2,3 % ilościowo i 2,8% wartościowo.

Wartość rynku dań gotowych w Polsce w 2010 r. wynosiła 359 410 tys. zł /wg danych NIELSEN/

Ilościowo rynek dań gotowych w 2010 r wynosił 38 718 tys. ton /wg danych NIELSEN/

Sprzedaż ST	2009	2010
Produkty markowe w zakresie dań gotowych i przetworów warzywno-mięsnych i dżemów	26,1	31,8

dane w mln. zł



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



# Sprzedaż

## Sprzedaż Grupy Makarony Polskie

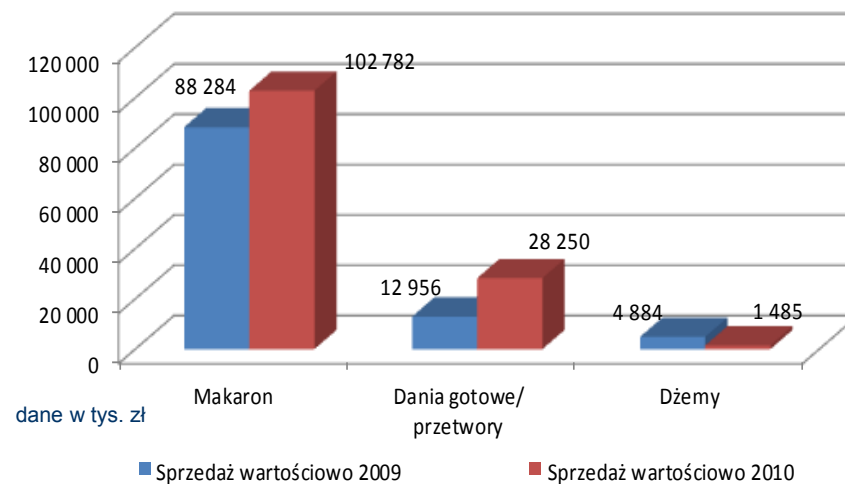
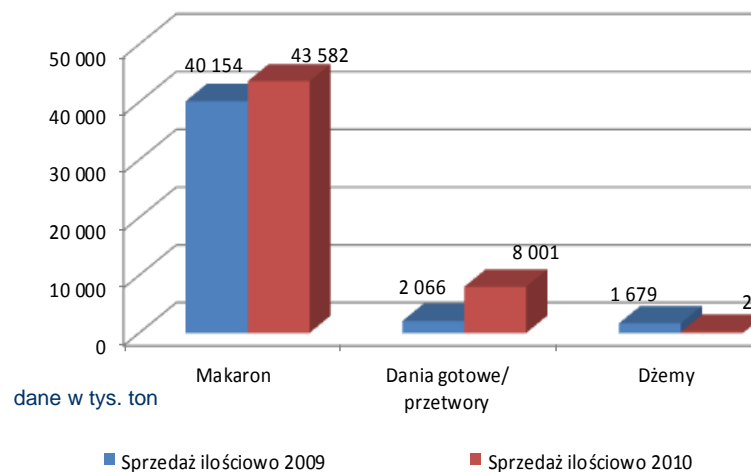
Sprzedaż w tys. PLN	2009	2010	zmiana w %
Makarony	88 290	102 666	16%
Dania gotowe, dżemy, konserwy, inne produkty i towary	18 586	30 245	62%
Sprzedaż surowców	5 968	15 431	158%
Pozostałe	4 707	1 627	- 65%
<b>Razem</b>	<b>117 551</b>	<b>149 969</b>	<b>28%</b>



MAKARONY  
POLSKIE

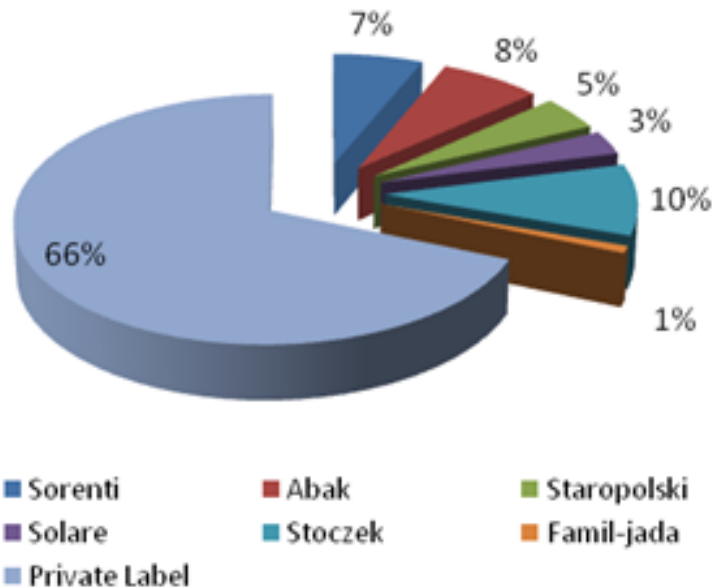
makarony.pl

# Struktura sprzedaży Grupy Makarony Polskie

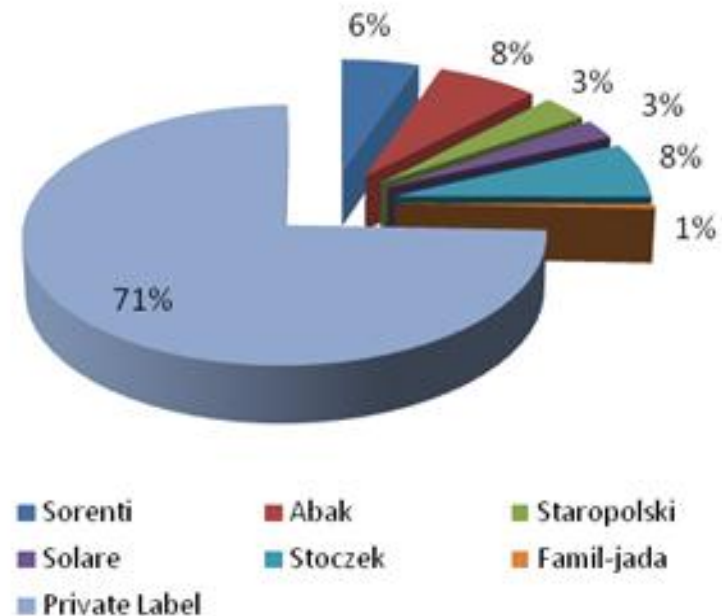


	Sprzedaż ilościowo 2009 (dane w tys. ton)	Sprzedaż wartościowo 2009 (dane w tys. zł)	Sprzedaż ilościowo 2010 (dane w tys. ton)	Sprzedaż wartościowo 2010 (dane w tys. zł)
Makaron	40 154	88 283	43 581	102 781
Dania gotowe/ przetwory	2 066	12 955	8 000	28 249
Dżemy	1 678	4 883	226	1 485

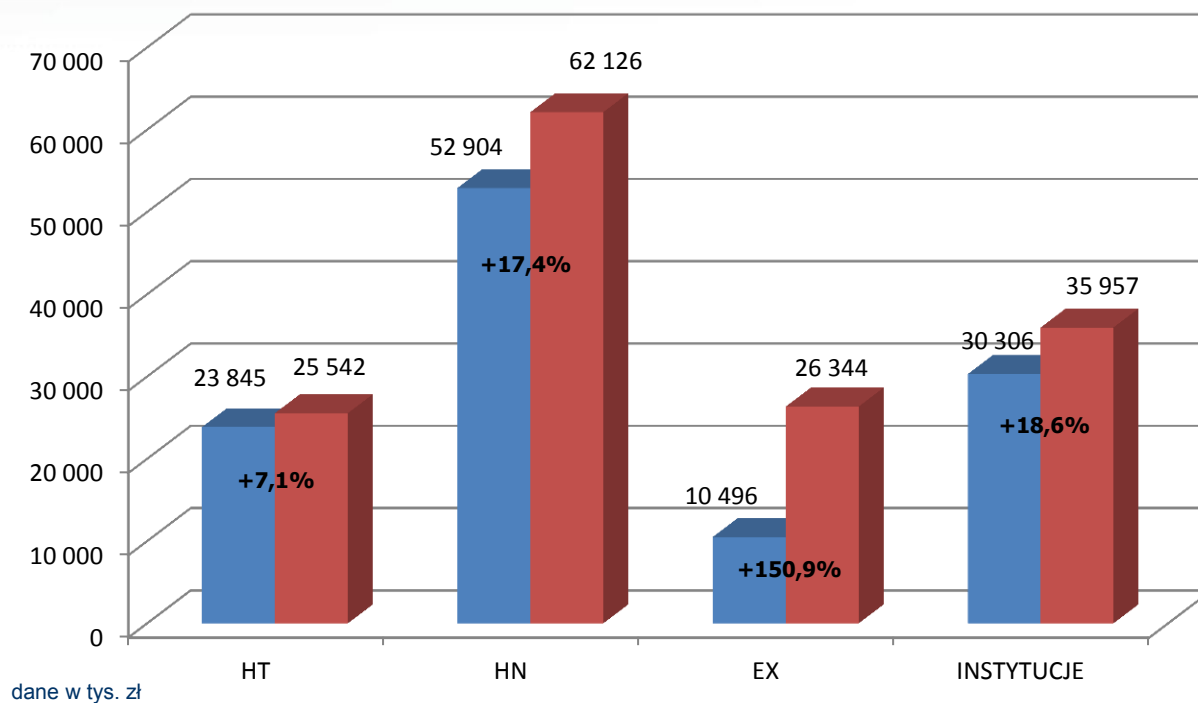
Przychody ze sprzedaży w roku 2009



Przychody ze sprzedaży w roku 2010



- Przychody ze sprzedaży produktów markowych w 2010 roku wyniosły 38,4 mln zł i były wyższe o 1,6 mln zł stosunku do 2009 roku, co stanowi wzrost o 4%.
- Wzrost sprzedaży produktów w segmencie *private label* w 2010 roku wyniósł 16 % w stosunku do analogicznego roku 2009.



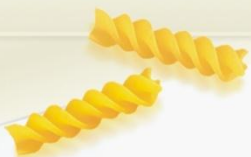
\*Dynamiczny wzrost sprzedaży odnotowany w 2010r. w głównej mierze wynikał z rozwoju nowoczesnego kanału dystrybucji, ale należy podkreślić, iż w pozostałych kanałach dystrybucji także odnotowano wzrosty

**Łącznie sprzedaż Makaronów Polskich wzrosła o 28% w 2010 roku do poziomu 150 mln zł.**



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



# Wyniki finansowe za rok 2010

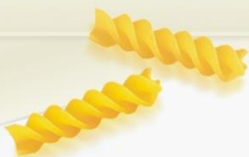
ZA OKRES	Nota	01.01.2010-31.12.2010	01.01.2009-31.12.2009
<b>Przychody netto ze sprzedaży</b>	20	<b>149 969</b>	117 551
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług		119 787	97 902
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów		30 182	19 649
<b>Koszt własny</b>	21	<b>122 212</b>	93 971
Koszty wytworzenia sprzedanych produktów i usług		92 682	80 508
Wartość sprzedanych towarów i materiałów		29 530	13 463
<b>Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>		<b>27 757</b>	23 580
Koszty sprzedaży	22	20 366	15 043
Koszty ogólnego zarządu	23	6 619	6 691
Pozostałe przychody	24	4 582	3 165
Pozostałe koszty	25	1 349	657
<b>Zysk (strata) z działalności kontynuowanej</b>		<b>4 005</b>	<b>4 354</b>
Przychody finansowe	26	474	413
Koszty finansowe	26	1 851	2 033
<b>Zysk (strata) brutto</b>		<b>2 628</b>	<b>2 734</b>
Podatek dochodowy- część bieżąca	27	13	205
Podatek dochodowy- część odroczone	28	- 555	331
<b>Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej</b>		<b>3 170</b>	<b>2 198</b>



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

# Makarony Polskie i Stoczek - wybrane dane finansowe



## Makarony Polskie – podstawowe dane finansowe

dane w tys. zł	2009	2010	Zmiana w %
Przychody ze sprzedaży ogółem	94 148	124 990	33%
EBITDA	7 836	5 368	-31%
EBIT	3 887	1 430	-63%
<b>wynik netto</b>	2 232	279	-88%

## Stoczek – podstawowe dane finansowe

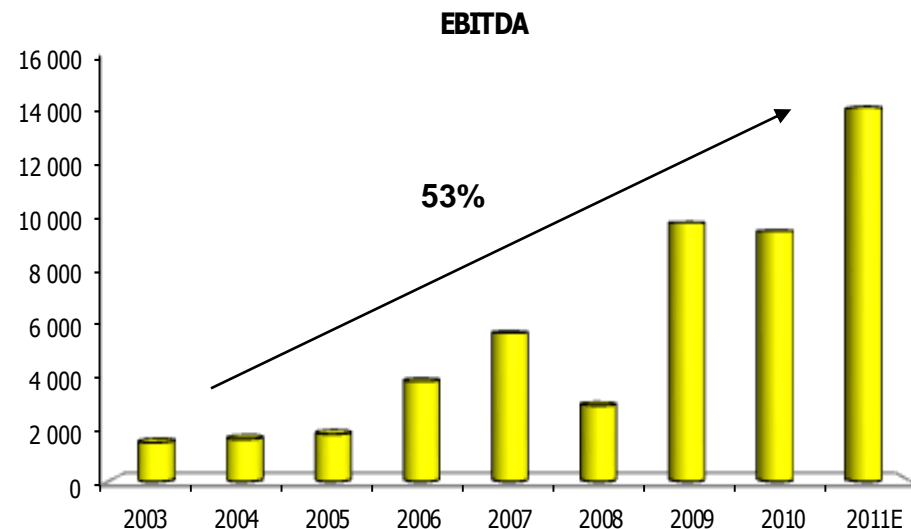
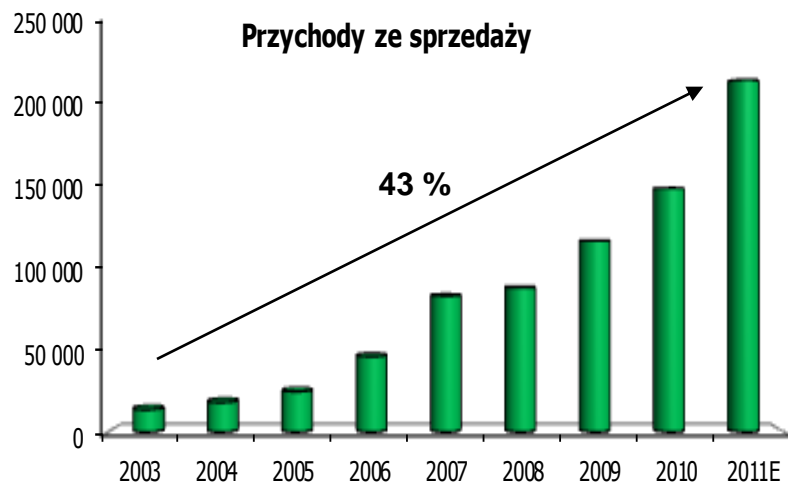
dane w tys. zł	2009	2010	Zmiana w %
Przychody ze sprzedaży ogółem	26 968	32 127	19%
EBITDA	2 120	4 382	106%
EBIT	571	2 789	388%
<b>wynik netto</b>	69	3 106	4375%

		31 grudnia 2009 roku	31 grudnia 2010 roku	Zmiana %
<b>A.</b>	<b>AKTYWA TRWAŁE</b>	<b>86 917</b>	<b>90 620</b>	<b>4,26%</b>
1.	Rzeczowe aktywa trwałe	75 105	77 912	3,74%
2.	Inne wartości niematerialne	5 007	4 990	-0,34%
3.	Wartość firmy	5 946	5 946	
4.	Długoterminowe aktywa finansowe	374	394	5,35%
5.	Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	105	1 186	1029,52%
6.	Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	380	192	-49,47%
<b>B.</b>	<b>AKTYWA OBROTOWE</b>	<b>29 884</b>	<b>41 586</b>	<b>39,16%</b>
1.	Zapasy	8 636	11 287	30,70%
2.	Należności krótkoterminowe	19 176	29 101	51,76%
3.	Należności z tytułu podatku dochodowego	15	196	
4.	Udzielone pożyczki	-	101	
5.	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	938	363	-61,3%
6.	Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 119	538	-51,9%
<b>C.</b>	<b>AKTYWA TRWAŁE PRZEZNACZONE DO ZBYCIA</b>	<b>1 162</b>	-	
	<b>SUMA AKTYWÓW</b>	<b>117 963</b>	<b>132 206</b>	<b>12,07%</b>



## Grupa Makarony Polskie - podstawowe dane finansowe

	31 grudnia 2009 roku	31 grudnia 2010 roku	Zmiana %
<b>KAPITAŁ WŁASNY</b>	<b>61 242</b>	<b>64 516</b>	<b>5,35%</b>
Kapitał podstawowy	27 750	27 750	%
Pozostałe kapitały	31 537	33 839	7,30%
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	- 243	- 243	
Zysk netto	2 198	3 170	44,22%
<b>ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE</b>	<b>30 012</b>	<b>27 303</b>	<b>-9,03%</b>
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	705	1 230	74,47%
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	19 570	16 630	-15,02%
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	184	257	39,67%
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	9 213	7 550	-18,05%
Długoterminowe zobowiązania z tytułu umów leasingu finansowego	340	1 636	381,18%
<b>ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE</b>	<b>26 709</b>	<b>40 387</b>	<b>51,21%</b>
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	2 639	9 320	253,16%
Krótkoterminowe zobowiązania finansowe (z tytułu leasingu i factoringu)	3 788	2 597	-31,44%
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	18 434	26 521	43,87%
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	1 720	1 720	
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	71	132	85,92%
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	57	97	70,18%
<b>ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM</b>	<b>56 721</b>	<b>67 690</b>	<b>19,34%</b>
<b>SUMA PASYWÓW</b>	<b>117 963</b>	<b>132 206</b>	<b>12,07%</b>



Przychody Spółki w latach 2003-2010 rosły w tempie około 43% średniorocznie

dane w tys. zł	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011E
Przychody ze sprzedaży ogółem	13 833	18 283	24 954	46 557	83 844	88 750	117 551	149 969	216 550
EBITDA	1 484	1 612	1 803	3 818	5 650	2 895	9 852	9 536	14 240
EBIT	401	297	230	2 450	1 979	-1 541	4 354	4 005	9 420
<b>wynik netto</b>	<b>224</b>	<b>177</b>	<b>37</b>	<b>1 822</b>	<b>2 422</b>	<b>-2 776</b>	<b>2 230</b>	<b>3 170</b>	<b>6 480</b>

## Najważniejsze wydarzenia 2010r.

### 1. „Kryzys surowcowy”

W II poł. 2010 r. miał miejsce gwałtowny wzrost cen surowców na niespotykaną dotychczas skalę. Cena najważniejszego surowca: mąki makaronowej wzrosła o ok. 70% powodując negatywny wpływ na wynik 2010 r. na poziomie około 2,3 mln zł. Długoterminowe kontrakty na zakup maki oraz podwyżki cen w istotnym stopniu zmniejszyły wpływ na wynik, natomiast nie wyeliminowały strat w całości.

### 2. Dalsza poprawa wyników finansowych Grupy i utrzymanie zakładanego tempa wzrostu

Osiągnięcie zgodnego z założeniami poziomu wzrostu sprzedaży o 28%; i wzrostu wyniku netto o 44%

### 3. Sukces restrukturyzacji Stoczka

Bardzo dobre wyniki Stoczka napędzane rosnącą sprzedażą i poprawą efektywności produkcji. Drugi rok dodatnich wyników w wysokości 3,1 mln zł netto przy przychodach ze sprzedaży na poziomie 32,1 mln zł.

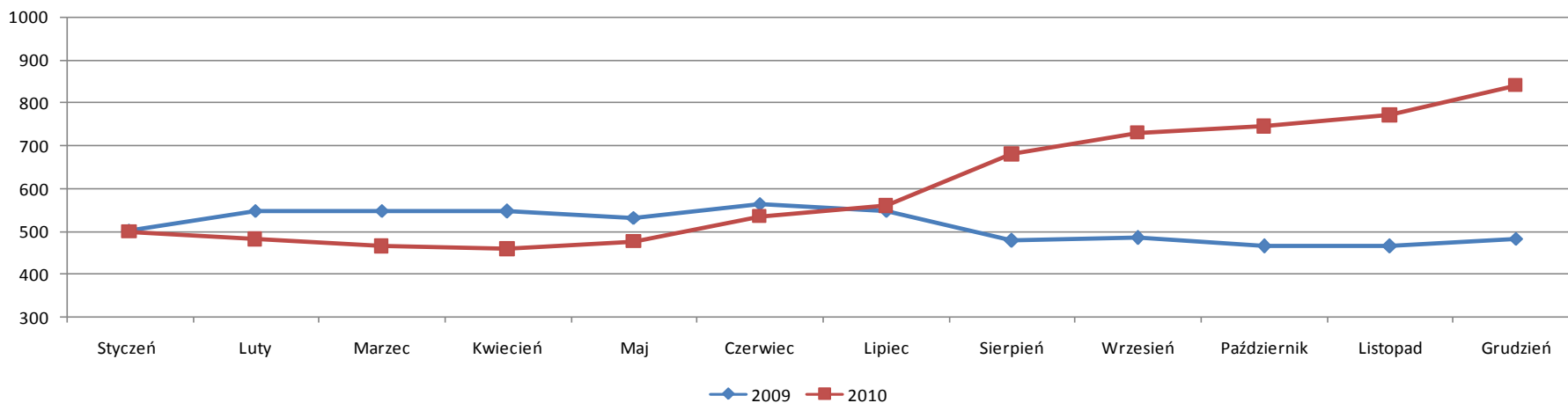
### 4. Wdrożenie systemu informatycznego

Zakończony I etap wdrożenia systemu informatycznego Softlab ERP, który dotyczył następujących obszarów systemu: Logistyka i Sprzedaż, Produkcja, Finanse i Księgowość, Środki Trwałe, Kadry i Płace. Kluczowe moduły systemu uruchomiono od 1 kwietnia 2010 roku.

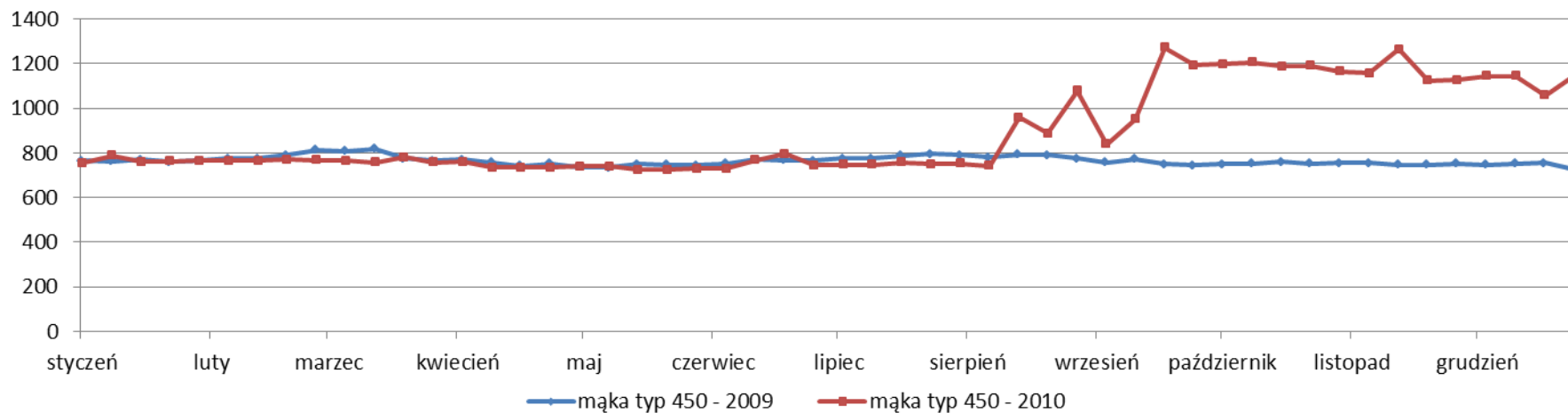
### 5. Procesy akwizycji

- Finalizacja inwestycji w Tenczynek w lutym 2011 w ramach procesu prowadzonego w 2010 roku
- zawarcie umowy o połączeniu z MISPOL – ostateczna decyzja zapadnie po zakończeniu procesu zmian w akcjonariacie MISPOL
- Inne przedsięwzięcia w trakcie realizacji

## Średnie ceny zakupu pszenicy konsumpcyjnej w latach 2009-2010



## Analiza ceny mąki pszennej piekarniczej (luz) typ 450 w latach 2009 - 2010/ styczeń 2011





MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

## Najważniejsze powody niewykonania planów na 2010



<b>dane w tys. zł</b>	<b>Prognoza 2010 rok</b> z dn. 25.03.2010	<b>Skorygowana prognoza</b>	<b>Zmiana w %</b> do prognozy z dn. 25.03.2010
Przychody ze sprzedaży ogółem	<b>150 485</b>	<b>149 969</b>	<b>0%</b>
EBITDA	<b>13 244</b>	<b>9 536</b>	<b>-28%</b>
EBIT	<b>7 358</b>	<b>4 005</b>	<b>-46%</b>
<b>wynik netto</b>	<b>4 522</b>	<b>3 170</b>	<b>-30%</b>

Podstawowym czynnikiem, który spowodował korektę wyników był bardzo dynamiczny wzrost cen surowców w okresie trzeciego i czwartego kwartału roku ubiegłego. Podstawowym składnikiem kosztotwórczym na poziomie kosztu wytworzenia wyrobów gotowych Spółki Makarony Polskie S.A. jest cena mąki makaronowej, która w okresie drugiego półrocza 2010 roku wzrosła o ca. 70%.

Pomimo kontraktów zabezpieczających zakup surowca oraz wprowadzenie podwyżek cen produktów „kryzys surowcowy” spowodował obniżenie wyniku operacyjnego Grupy o ok. 2.3 mln zł.



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl



# Prognozy finansowe na rok 2011

# Założenia do prognoz finansowych 2011



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

- ✦ prezentowane prognozy na 2011 opierają się o założenia dotyczące rozwoju organicznego i nie uwzględniają akwizycji, poza transakcją nabycia zorganizowanej części przedsiębiorstwa Tenczynek
- ✦ przychody ze sprzedaży oszacowane zostały na bazie obowiązujących kontraktów oraz planów sprzedaży w poszczególnych kanałach dystrybucji zgodnie ze strategią rozwoju na lata 2010-2012
- ✦ ceny surowców estymowane na podstawie aktualnych kontraktów i ostrożnych prognoz
- ✦ ceny energii i koszty dystrybucji zaplanowane na podstawie danych historycznych
- ✦ przewidywane nakłady inwestycyjne wyniosą 7,7 mln zł
- ✦ przewiduje się zwiększanie zobowiązań oprocentowanych w stosunku do aktualnie, posiadanych limitów określonych w umowach z instytucjami finansowymi zgodnie z przewidywanym zapotrzebowaniem na kapitał obrotowy wynikający ze wzrostu obrotów Grupy

# Prognoza wyników finansowych 2011

dane w tys. zł	Wynik 2010	Plan 2011	Prognozowana zmiana 2011/2010
przychody ze sprzedaży	149 969	216 550	+44%
zysk brutto ze sprzedaży	27 757	36 500	+31%
EBITDA	9 536	14 240	+49%
EBIT	4 005	9 420	+135%
<b> zysk netto </b>	<b> 3 170 </b>	<b> 6 480 </b>	<b> +104% </b>



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

# Czynniki wpływające na przyszłe wyniki

1. Dalszy wzrost skali działalności poprzez rozwój organiczny:
  - Inwestycje w większą skalę produkcji dotychczasowego asortymentu
  - Wprowadzenie nowych produktów i nowego asortymentu
2. Realizacja akwizycji.
3. Zwiększenie nakładów marketingowych na wsparcie sprzedaży produktów markowych.
4. Rozwój sprzedaży eksportowej ukierunkowany na budowę pozycji Grupy w Europie Środkowo-Wschodniej.
5. Stabilizacja marż poprzez konsekwentną politykę zabezpieczania cen surowców.



MAKARONY  
POLSKIE

makarony.pl

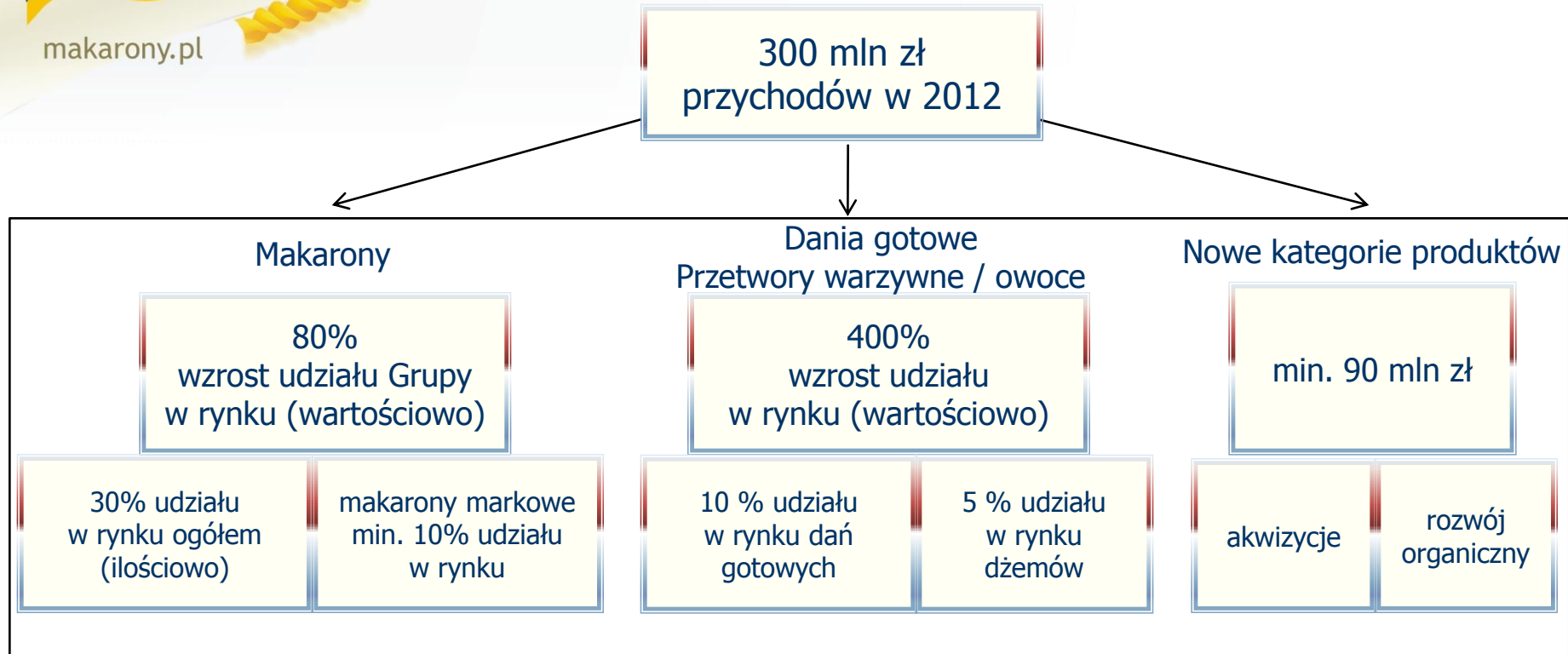


# Strategia i jej dotychczasowa realizacja

## Strategiczne kierunki rozwoju w latach 2010-2012

- Konsekwentne **umacnianie pozycji w segmencie makaronów, przetworów warzywnych i owocowych** oraz rozwój komplementarnych kategorii artykułów spożywczych.
- Stworzenie **jednego z największych przetwórców artykułów spożywczych** w Polsce, liczącego się na rynkach Europy Środkowo – Wschodniej. Jednocześnie kontynuowane będą zmiany organizacyjne oraz inwestycje, umożliwiające dalsze zwiększanie skali działalności, aby w następnych okresach możliwe było osiągnięcie skali 500 mln zł i 1 mld zł przychodów ze sprzedaży.
- Zwiększenie skali działalności do **co najmniej 300 mln zł przychodów w 2012 r.** poprzez rozwój organiczny na poziomie min. 20% rocznie oraz akwizycje.
- Osiągnięcie udział **produktów pod markami Grupy w 2012 roku na poziomie około 50%** wartości sprzedaży.
- **Rozwój oferty produktowej** z zapewnieniem synergii w zakresie zaopatrzenia surowcowego, produkcji, dystrybucji oraz marketingu.
- **Rozwój struktur sprzedaży i dystrybucji numerycznej** na polskim rynku oraz zwiększenie sprzedaży eksportowej,
- **Budowanie przewagi technologicznej i produkcyjnej** poprzez inwestycje w innowacyjne rozwiązania oraz automatyzację i skalę działalności.

# Strategiczne kierunki rozwoju w latach 2010-2012



↑  
Rozwój organiczny (20%) + akwizycje  
(≥35% rocznie)

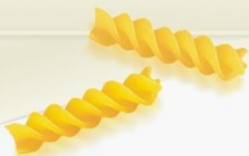
Osiągnięcie i utrzymanie pozycji w pierwszej trójce największych dostawców poszczególnych kategorii produktów lub co najmniej 10% udział w polskim rynku

PARAMETR	2006	2009	2012	Stan realizacji na dn.31.12.2010r
Kategorie produktów	1	3	≥6	4
Liczba indeksów produktów markowych	28	80	150 - 200	101
Udział w produkcji makaronu w Polsce	12%	21%	30%	*23%
Udział produktów markowych w rynku (ilościowo)				
- makaron	1,50%	5%	>10%	5,4%
- dania gotowe	0%	3%	>10%	2,3%
- dzemy	0%	<1%	>5%	0,4%
Dystrybucja numeryczna kluczowych produktów markowych	1%	26%	>50%	9-36%
Przychody ze sprzedaży	46,5 mln zł	117 mln	300 mln	150 mln
ROE	9,70%	4,00%	≥10%	4,9%
EBITDA	8,20%	8,00%	≥12,0%	6,3%
Rentowność netto	3,90%	2,10%	≥4%	2,1%
Tempo wzrostu		≥ 35%		28%
- w tym organicznie		≥20%		28%

\* szacunki



makarony.pl



**Grupa Makarony Polskie**

**Dziękujemy za uwagę**