

**PÓŁROCZNE SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI GRUPY MAKARONY POLSKIE
ZA OKRES OD 01.01 DO 30.06.2016R.**

Makarony Polskie SA
26 sierpnia 2016 roku

Spis treści

Wprowadzenie	2
Charakterystyka Grupy Makarony Polskie	3
Organizacja Grupy	3
Zmiany w składzie organów zarządzających i nadzorujących	4
Pracownicy	6
Kapitał akcyjny	7
Makarony Polskie SA na rynku kapitałowym	11
Działalność Grupy Makarony Polskie	13
Wybrane dane rynkowe	13
Główne produkty i usługi	14
Otoczenie rynkowe.....	17
Znaczące umowy	21
Czynniki istotne dla rozwoju Grupy	22
Sytuacja finansowa	30
Omówienie wyników Grupy.....	31
Segmenty operacyjne Grupy	33
Czynniki i zdarzenia, w tym nietypowe, mające wpływ na wyniki I półrocza 2016 roku.....	36
Struktura aktywów i pasywów Grupy	38
Analiza wskaźnikowa	41
Pozostałe informacje finansowe	44
Wyniki finansowe spółki Makarony Polskie SA.....	47
Oświadczenia zarządu	51
Oświadczenie w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego	51
Oświadczenie w sprawie wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdania finansowego	51
Zatwierdzenie sprawozdania finansowego	51
Informacje o firmie	52

W I półroczu 2016 roku Grupa Makarony Polskie osiągnęła całkowite przychody ze sprzedaży na poziomie 59,1 mln zł, zysk netto na poziomie 2,4 mln zł, zaś EBITDA osiągnęła poziom 5,8 mln zł.

Wprowadzenie



Szanowni Państwo,

Drodzy Akcjonariusze,

Przedkładam Państwu Sprawozdanie Grupy Makarony Polskie za I półrocze 2016 roku. Nasza Grupa osiągnęła w tym okresie całkowite przychody ze sprzedaży na poziomie 59,1 mln zł, zysk netto na poziomie 2,4 mln zł, zaś EBITDA osiągnęła poziom 5,8 mln zł.

Zarząd konsekwentnie prowadzi politykę wzrostu wartości firmy poprzez działania tak ilościowe, jak i jakościowe. W I półroczu 2016 roku zysk netto przypadający na jedną akcję pozostał na stabilnym poziomie sprzed roku (0,26 zł), zaś wartość księgowa jednej akcji zwiększyła się o 2,4% z 7,39 zł do 7,57 zł.

Zgodnie z wcześniejszymi zapowiedziami w 2016 roku Grupa realizuje strategię budowy silnych marek, wprowadzania produktów B2B i HoReCa oraz ciągłej ekspansji w kraju i za granicą.

Zachęcam do zapoznania się z pełną treścią sprawozdania.

Z szacunkiem,

Zenon Daniłowski
Prezes Zarządu

Grupa Makarony Polskie składa się z trzech spółek: dwóch produkcyjnych i jednej handlowej.

Charakterystyka Grupy Makarony Polskie

Organizacja Grupy

Grupa Makarony Polskie („Grupa”) składa się z trzech spółek:

- Makarony Polskie SA („Spółka”, „spółka dominująca”)
- Stoczek Natura Sp. z o.o.
- MP Trade Sp. z o.o.

Makarony Polskie SA

100% udziałów

Stoczek Natura Sp. z o.o.

100% udziałów

MP Trade Sp. z o.o.



Makarony Polskie SA jest producentem szerokiej gamy makaronów; wytwarzanych w technologii tłoczonej i walcowanej. Spółka oferuje makarony w wielu różnorodnych formach: świderki, pióra, spaghetti, kolanka, nitki, muszelki i wiele innych - wytwarzane na bazie mąki durum i mąki z pszenicy zwyczajnej, jak również z mąk rzadziej stosowanych z tzw. zbóż pierwotnych np. orkisz. W swoim portfolio Spółka posiada również produkty odpowiadające na trendy żywności prozdrowotnej - makarony z dodatkiem kwasów Omega 3, makarony BIO. Podstawowe oferowane marki makaronów to Makarony Polskie, Sorenti i Abak (bibrand z Makarony Polskie). Pod marką Sorenti oferowane są również sosy do makaronów.



Stoczek Natura Sp. z o.o. jest producentem przetworów mięsno-warzywnych (dania gotowe, pasztety, smalce), przetworów warzywnych (sałatki, marynaty) oraz przetworów owocowych (dżemy, syropy, powidła). Produkty spółki oferowane są pod markami Stoczek, Tenczynek i Męska Rzecz.



MP Trade Sp. z o.o. jest spółką, której celem jest świadczenie usług pośrednictwa sprzedaży produktów brandowych Grupy Makarony Polskie w kanałach handlu tradycyjnego, handlu nowoczesnego i eksportu. Spółka MP Trade Sp. z o.o. prowadzi także handel na własny rachunek towarami obcymi polskich i zagranicznych producentów. Dodatkowym profilem działalności nowej spółki jest prowadzenie usługowej działalności pośrednictwa sprzedaży produktów na rzecz polskich i zagranicznych podmiotów.

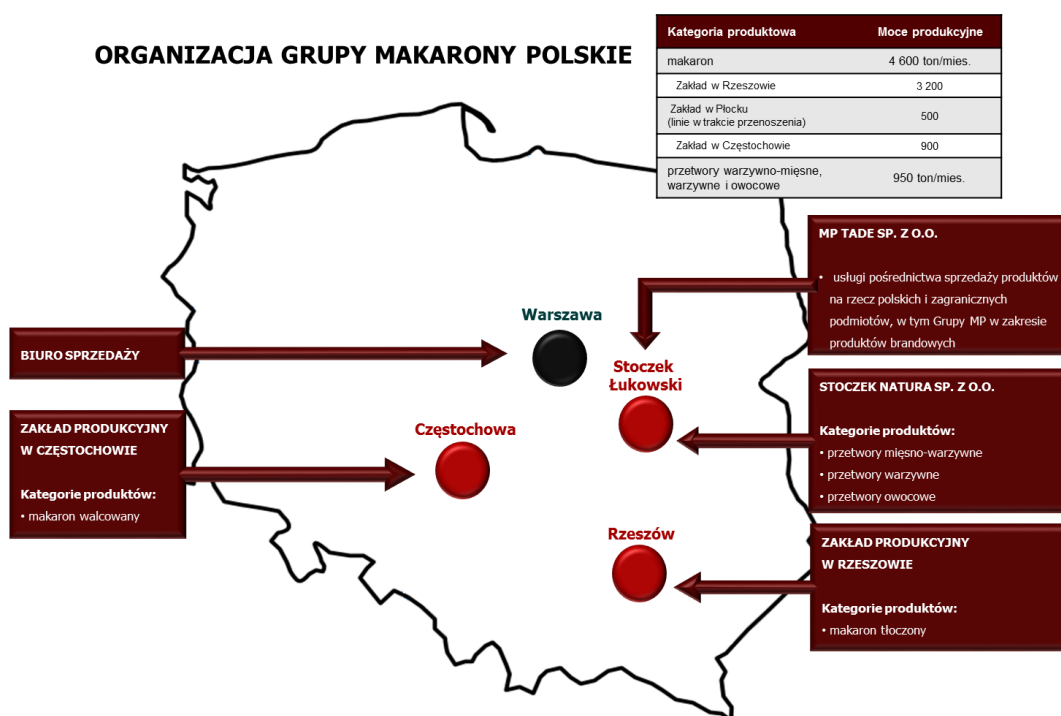
W ramach Grupy poszczególne spółki zawierają pomiędzy sobą transakcje kupna i sprzedaży produktów, towarów i usług.

Wszystkie transakcje przeprowadzane się na zasadach i warunkach rynkowych.

Zmiany w organizacji Grupy Makarony Polskie w okresie I półrocza 2016 roku

W pierwszym półroczu 2016 roku oraz w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania w Grupie Makarony Polskie nie zaszły zmiany, które istotnie wpływałyby na strukturę lub organizację Grupy.

W ramach Grupy Makarony Polskie poszczególne spółki zawierają pomiędzy sobą transakcje kupna i sprzedaży produktów, towarów i usług. Wszystkie transakcje przeprowadzane się na zasadach i warunkach rynkowych.



Zmiany w składzie organów zarządzających i nadzorujących

Skład osobowy Rady Nadzorczej

Od dnia 1 stycznia 2016 roku do dnia 28 czerwca 2016 roku Rada Nadzorcza działała w składzie:

- Roman Sobiecki – Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Grzegorz Słomkowski – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej,
- Tomasz Jankowski – Członek Rady Nadzorczej,
- Marek Rocki – Członek Rady Nadzorczej,
- Wiesław Wasilewski – Członek Rady Nadzorczej.

W związku z zakończeniem VI kadencji Rady Nadzorczej w dniu 28 czerwca 2016 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało Radę Nadzorczą VII kadencji w składzie:

- Tomasz Jankowski,
- Marek Rocki,
- Michał Słomkowski,
- Roman Sobiecki,
- Wiesław Wasilewski.

Od dnia 28 czerwca 2016 roku do chwili obecnej skład Rady Nadzorczej nie uległ zmianie.

Skład osobowy Zarządu

W okresie od 1 stycznia 2016 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki działa w składzie jednoosobowym. Funkcję Prezesa Zarządu pełni Zenon Daniłowski.

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania funkcję prokurentów w Spółce pełnią:

- Grażyna Kozielec – od dnia 31 maja 2012 roku
- Beata Majewska-Karp – od dnia 31 maja 2012 roku
- Witold Żarek – od dnia 4 marca 2013 roku
- Piotr Wszecki – od dnia 13 lutego 2015 roku
- Jacek Pajewski – od dnia 7 stycznia 2016 roku

Udzielone prokury mają charakter łączny – prokurent może reprezentować Spółkę tylko współdziałając łącznie z innym prokurentem lub członkiem Zarządu

Rady Nadzorcze spółek zależnych

W spółkach zależnych Grupy nie funkcjonują Rady Nadzorcze. Władzami w spółkach zależnych Stoczek Natura Sp. z o.o. i MP Trade Sp. z o.o. są Zgromadzenie Wspólników i Zarząd.

Zarządy spółek zależnych

Na dzień 30 czerwca 2016 roku i dzień publikacji niniejszego sprawozdania zarządy spółek zależnych funkcjonowały w składzie:

- Stoczek Natura Sp. z o.o. - Adam Ławnik – Prezes Zarządu,
- MP Trade Sp. z o.o. – Piotr Wszecki – Prezes Zarządu.

Polityka kadrowa Grupy ukierunkowana jest na utrzymanie wysokiej klasy specjalistów i menadżerów, którzy dzięki swojej wiedzy, doświadczeniu i zaangażowaniu zapewniają najwyższy poziom realizacji postawionych przed nimi celów biznesowych Grupy.

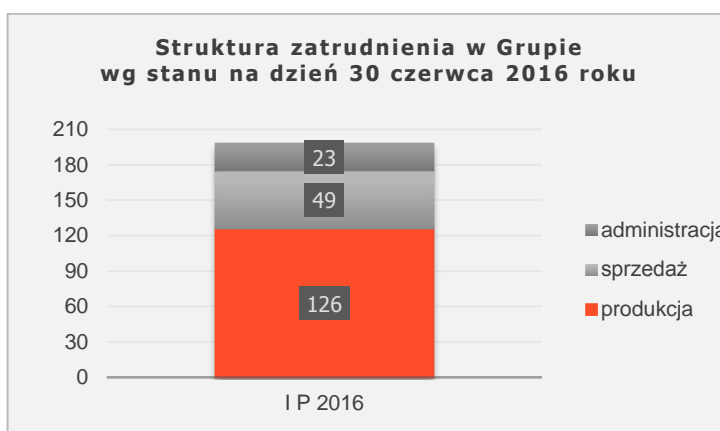
Funkcję Prokurenta w spółce Stoczek Natura Sp. z o.o. pełni Pani Alicja Hinz – Główny Księgowy (prokura ma charakter łączny – prokurent może reprezentować spółkę tylko współdziałając łącznie z innym prokurentem lub członkiem Zarządu).

Zarząd spółki MP Trade Sp. z o.o. nie powoływał prokurentów.

Pracownicy

Grupa Makarony Polskie zgodnie z przyjętą polityką konsekwentnie utrzymuje łączne zatrudnienie na poziomie niezbędnego minimum dbając jednocześnie o elastyczność zatrudnienia w Zakładach Produkcyjnych i jego skorelowanie ze zmianami wielkości produkcji.

Stan zatrudnienia na dzień 30 czerwca 2016 r. w Grupie Makarony Polskie wyniósł łącznie 198 osób (vs. 220 osób na koniec I półrocza 2015 roku i 223 osób na koniec I półrocza 2014 roku).



Polityka kadrowa Grupy Makarony Polskie ukierunkowana jest na utrzymanie wysokiej klasy specjalistów i menadżerów, którzy dzięki swojej wiedzy, doświadczeniu i zaangażowaniu zapewniają najwyższy poziom realizacji postawionych przed nimi celów biznesowych Grupy.

Przy rekrutacji i selekcji kandydatów Grupa w pierwszej kolejności stara się prowadzić rekrutację wewnętrzną, co pozwala na zatrzymanie w organizacji osób zaangażowanych, o dużym doświadczeniu i pożądanym kwalifikacjach. W przypadku braku odpowiednich kandydatów wewnętrznych prowadzone są rekrutacje skierowane do kandydatów zewnętrznych, przy wykorzystaniu źródeł rekrutacji adekwatnych do profilu wakuującego stanowiska, m. in. poprzez portale internetowe, biura karier, staże i praktyki studenckie.

Grupa dba o zapewnienie różnorodności kadry pod względem wieku i płci oraz stara się zapobiegać jakimkolwiek formom dyskryminacji.

wg. kryterium wieku i płci	Struktura zatrudnienia pracowników Grupy na dzień 30 czerwca 2016 roku		
	kobiety	mężczyźni	razem
18-29	11	14	25
30-49	57	69	126
50+	26	21	47

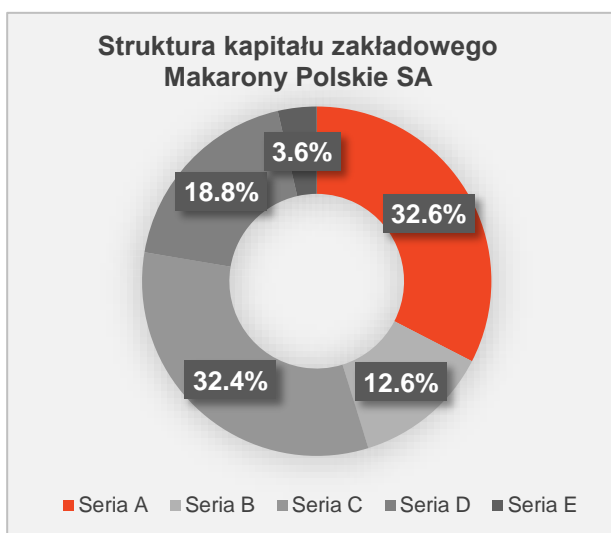
Kapitał akcyjny

Kapitał zakładowy Makarony Polskie SA:

- wysokość kapitału zakładowego 27 750 213 zł,
- łączna liczba akcji 9 250 071 akcji,
- ogólna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu 9 250 071 głosów.

Struktura kapitału zakładowego Spółki:

- 3 013 250 akcji zwykłych na okaziciela serii A,
- 1 169 750 akcji zwykłych na okaziciela serii B,
- 3 000 000 akcji zwykłych na okaziciela serii C,
- 1 735 821 akcji zwykłych na okaziciela serii D,
- 331 250 akcji zwykłych na okaziciela serii E.



Akcje Spółki są akcjami zwykłymi, na okaziciela notowanymi na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie SA. Spółka nie wyemitowała papierów wartościowych, które przyznają specjalne uprawnienia kontrolne któremukolwiek z jej akcjonariuszy,

W Spółce nie istnieją ograniczenia odnośnie wykonywania prawa głosu. Nie funkcjonują również ograniczenia dotyczące przenoszenia praw własności papierów wartościowych wyemitowanych przez Spółkę.

▼ Akcje w posiadaniu głównych akcjonariuszy (powyżej 5% kapitału)

Struktura akcjonariatu Spółki:

Akcjonariusz	Akcje w kapitale zakładowym		Głosy na Walnym Zgromadzeniu	
	liczba	udział%	liczba	udział%
Grupa Praska Giełda Spożywcza SA, w tym:	2 261 594	24,45%	2 261 594	24,45%
<i>Praska Giełda Spożywcza SA (dawniej: Agro-Technika SA)</i>	<i>2 000 000</i>	<i>21,62%</i>	<i>2 000 000</i>	<i>21,62%</i>
<i>Zenon Daniłowski</i>	<i>140 000</i>	<i>1,51%</i>	<i>140 000</i>	<i>1,51%</i>
<i>Polskie Smaki Sp. z o.o.</i>	<i>121 594</i>	<i>1,31%</i>	<i>121 594</i>	<i>1,31%</i>
Bewa Sp. z o.o.	1 793 406	19,39%	1 793 406	19,39%
Elżbieta i Grzegorz Słomkowscy, w tym:	1 183 040	12,79%	1 183 040	12,79%
<i>Z.P.H. „ELPAST” Elżbieta i Grzegorz Słomkowscy s.c.</i>	<i>1 169 750</i>	<i>12,65%</i>	<i>1 169 750</i>	<i>12,65%</i>
<i>Grzegorz Słomkowski</i>	<i>13 290</i>	<i>0,14%</i>	<i>13 290</i>	<i>0,14%</i>
Krzysztof Moska	1 071 009	11,58%	1 071 009	11,58%
Leszek Sobik	509 541	5,51%	491 541	5,51%
Pozostali akcjonariusze	2 431 481	26,28%	2 431 481	26,28%
RAZEM	9 250 071	100.00%	9 250 071	100.00%

Zmiany w akcjonariacie w trakcie I półrocza 2016 roku

W trakcie I półrocza 2016 roku do Spółki wpłynęło zawiadomienie Pana Krzysztofa Moski dot. ujawnienia stanu posiadania akcji spółki publicznej Makarony Polskie SA. Pan Krzysztof Moska poinformował, iż w wyniku dokonania w dniu 18 marca 2016 roku – w ramach transakcji sesyjnej w obrocie giełdowym na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie SA – transakcji kupna 7 819 akcji spółki Makarony Polskie SA, przekroczył próg 10% udziału w ogólnej liczbie głosów na walnym zgromadzeniu Spółki. Przed zmianą stanu posiadania Pan Krzysztof Moska posiadał 923 465 akcji Spółki, stanowiących 9,98%

W czerwcu 2016 roku znaczący akcjonariusz poinformował Spółkę, iż prowadzi negocjacje dotyczące sprzedaży całego przysługującego mu pakietu akcji Spółki stanowiącego 19,39% udziału w kapitale zakładowym na rzecz potencjalnego inwestora Raya Holding for Technology & Telecommunications S.A.E. z siedzibą w Giza, Egipt

udziału w kapitale zakładowym Spółki oraz 9,98% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, tj. uprawniających do wykonywania 923 465 głosów akcji Spółki. Po zmianie stanu posiadania Pan Krzysztof Moska posiada 931 284 akcje Spółki, stanowiące 10,07% udziału w kapitale zakładowym Spółki oraz 10,07% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu Spółki, tj. uprawniające do wykonywania 931 284 głosów z akcji Spółki. Jednocześnie Pan Krzysztof Moska poinformował, iż nie posiada podmiotów zależnych, posiadających akcje Spółki oraz brak jest osób, o których mowa w art. 87 ust. 1 pkt. 3 lit. c Ustawy o ofercie. Zadeklarował również, że w okresie 12 miesięcy od złożenia niniejszego zawiadomienia, nie wyklucza transakcji kupna lub sprzedaży akcji Spółki.

Spółka nie posiada innych informacji, które wskazywałyby na zmiany w liczbie akcji, posiadanych przez znaczących akcjonariuszy (posiadających pakiety akcji powyżej 5%) w trakcie I półrocza 2016 roku i w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania.

Zmiany w akcjonariacie po I półroczu 2016 roku

W czerwcu 2016 roku znaczący akcjonariusz poinformował Spółkę, iż prowadzi negocjacje dotyczące sprzedaży całego przysługującego mu pakietu akcji Makarony Polskie SA stanowiącego 19,39% udziału w kapitale zakładowym Spółki i głosach na walnym zgromadzeniu, na rzecz potencjalnego inwestora Raya Holding for Technology & Telecommunications S.A.E. z siedzibą w Giza, Egipt (dalej: „Raya”). W wyniku finalizacji potencjalnej transakcji inwestor stanie się znaczącym i strategicznym akcjonariuszem Spółki. Jednocześnie Spółka została zaproszona do przystąpienia do negocjacji z inwestorem, celem ustalenia relacji oraz ustalenia współpracy w zakresie potencjalnych działań Spółki na rynkach afrykańskich.

W dniu 15 czerwca 2016 roku podpisana została umowa o poufności (Non-Disclosure Agreement) pomiędzy Spółką a firmą Raya w przedmiocie zachowania poufności przy badaniu due diligence Spółki przez Raya, w związku z negocjacjami dotyczącymi ustalenia relacji oraz współpracy w zakresie potencjalnych działań Spółki i zaangażowania na rynkach afrykańskich. Podpisanie umowy o poufności otworzyło proces badania Spółki, jednakże nie stanowiło wiążącego zobowiązania stron. Podmioty prowadzące badanie Spółki to: i) Kancelaria GESSEL, Koziarowski sp.k. z siedzibą w Warszawie, ii) PWC Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie.

Spółka w odrębnych raportach bieżących informuje o kolejnych krokach związanych z przebiegiem procesu negocjacji.

Spółka nie posiada wiedzy nt. innych umów (w tym również zawartych po dniu bilansowym) w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach akcji posiadanych przez dotychczasowych akcjonariuszy.

▼ Akcje w posiadaniu Członków Zarządu

Liczba i wartość nominalna akcji Spółki będąca w posiadaniu Członków Zarządu na dzień sporządzenia sprawozdania:

Członek Zarządu	I P 2016		rok 2015	
	liczba akcji	wartość nominalna	liczba akcji	wartość nominalna
Zenon Daniłowski*	140 000	420 000	140 000	420 000

* Prezes Zarządu Zenon Daniłowski jest powiązany ze spółkami: Praska Giełda Spożywcza SA (dawniej: Agro-Technika SA) i Polskie Smaki Sp. z o.o., które również posiadają akcje Spółki; łączny stan posiadania to 2 261 594 akcji o wartości 6 784 782 zł.

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami, w trakcie I półrocza 2016 roku i w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania nie zaszły zmiany w stanie posiadania akcji przez Prezesa Zarządu.

▼ Akcje w posiadaniu Członków Rady Nadzorczej

Liczba i wartość nominalna akcji Spółki będąca w posiadaniu Członków Rady Nadzorczej na dzień sporządzenia sprawozdania:

Członek Rady Nadzorczej	I P 2016		rok 2015	
	liczba akcji	wartość nominalna	liczba akcji	wartość nominalna
Michał Słomkowski*	0	0	---	---
Wiesław Wasilewski	5 000	15 000	5 000	15 000
Marek Rocki	0	0	0	0
Roman Sobiecki	0	0	0	0
Tomasz Jankowski	0	0	0	0

* Pan Michał Słomkowski został powołany do Rady Nadzorczej Spółki w dniu 28 czerwca 2016 roku.

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami, w trakcie I półrocza 2016 roku i w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania nie zaszły zmiany w stanie posiadania akcji przez Członków Rady Nadzorczej.

▼ Udziały w jednostkach zależnych

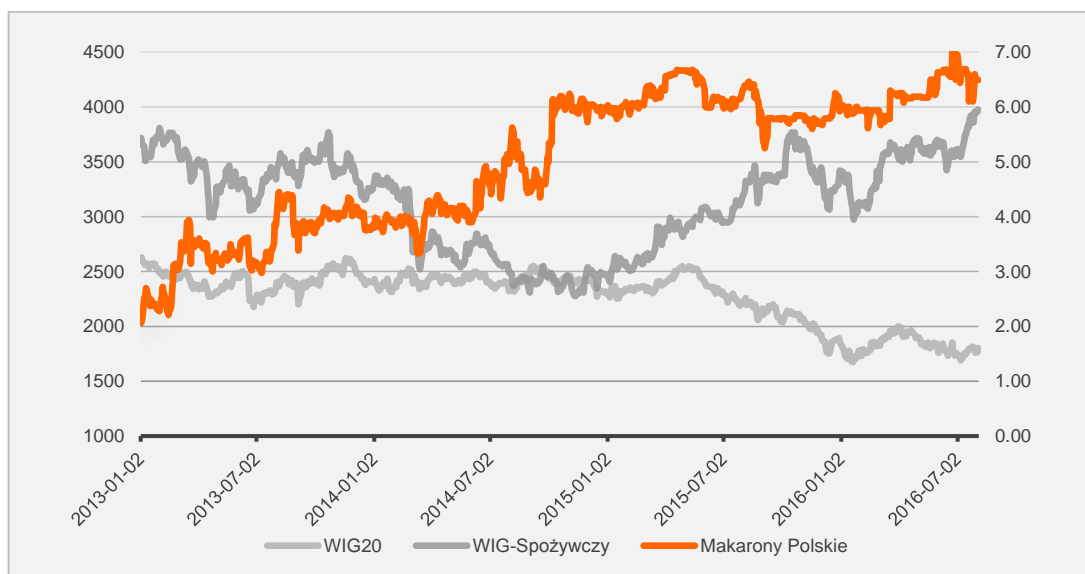
Osoby zarządzające oraz nadzorujące Makarony Polskie SA nie posiadają udziałów w jednostkach zależnych Grupy Makarony Polskie.

W 2016 roku Spółka wypłaciła dywidendę w wysokości 0,35 zł brutto na jedną akcję, co daje kwotę 3,2 mln zł

Makarony Polskie SA na rynku kapitałowym

Notowania i główne wskaźniki

Akcje spółki Makarony Polskie SA notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od kwietnia 2007 roku.



	2013-01-02	2014-01-02	2015-01-02	2016-01-04	2016-08-03	Zmiana % od 2013-01-02
Makarony Polskie	2,06	3,8	6,03	6,03	6,49	215%
WIG20	2 626	2 431	2 309	1 804	1 790	-32%
WIG-Spożywczy	3 719	3 330	2 452	3 409	3 975	7%

Polityka dywidendy w Makarony Polskie SA

Zarząd Spółki zarekomendował Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu, aby zysk netto za rok obrotowy 2015 w wysokości 5 010 020,76 zł podzielić w następujący sposób:

- kwotę 1 572 512,07 złotych przeznaczyć na wypłatę dywidendy, tj. wypłacić dywidendę w wysokości 0,17 zł brutto na jedną akcję,
- pozostałą część zysku w kwocie 3 437 508,69 złotych przeznaczyć na kapitał zapasowy Spółki.

W dniu 28 czerwca 2015 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Makarony Polskie SA podjęło decyzję o podziale zysku za rok obrotowy 2015 w następujący sposób:

- kwotę 3 237 524,85 złotych przeznaczono na wypłatę dywidendy, tj. wypłatę dywidendy w wysokości 0,35 zł brutto na jedną akcję,
- pozostałą część zysku w kwocie 1 772 495,91 złotych przeznaczono na kapitał zapasowy Spółki.

Dzień dywidendy został ustalony na 15 lipca 2016 roku. Dywidenda została wypłacona w dniu 29 lipca 2016 roku. Do dywidendy uprawnionych było 9 250 071 akcji Spółki.

W kolejnych latach obrotowych Zarząd Spółki, zgodnie z deklaracją z 2015 roku, będzie starał się rekomendować Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy, choć każdorazowo możliwość wypłaty dywidendy uzależniana będzie od wysokości osiągniętego zysku, bieżących celów inwestycyjnych i sytuacji Spółki.

Wykorzystanie wpływów z emisji

W okresie od 1 stycznia 2016 roku do dnia przekazania niniejszego sprawozdania Spółka nie przeprowadzała emisji akcji.

„Światowy Rynek makaronu w 2020 roku będzie wart ponad 86 mld dolarów. Średni wskaźnik rocznego wzrostu (CARG) ma wynosić 5%.” (Źródło: Portal Spożywczy)

Działalność Grupy Makarony Polskie

Wybrane dane rynkowe

„Światowy Rynek makaronu w 2020 roku będzie wart ponad 86 mld dolarów. Średni wskaźnik rocznego wzrostu (CARG) ma wynosić 5%, a największym rynkiem zbytu dla makaronów pozostanie niezmiennie rejon Azji i Pacyfiku” (Źródło: Portal Spożywczy za technavio.com „Global Pasta and Noodles market 2016-2020”)

Grupa Makarony Polskie działa na rynku krajowym (obejmującym handel tradycyjny, handel nowoczesny oraz B2B i instytucje) oraz na rynkach zagranicznych. Produkty Grupy Makarony Polskie cieszą się wśród zagranicznych odbiorców dobrą opinią. Są synonimem produktów zdrowych, pochodzących z ekologicznie czystych obszarów Polski i smacznym, stąd ich rosnąca popularność na rynkach zagranicznych. Spółki Grupy w najbliższych latach skupią się głównie na pozyskaniu i obsłudze klientów z rynków europejskich oraz afrykańskich.



W perspektywie najbliższych lat na znaczeniu będzie zyskiwał sektor e-commerce, jako pełnoprawny kanał sprzedaży. Grupa planuje wielopoziomowe wejście w ten perspektywiczny sektor, m.in. poprzez obecność na platformach handlowych swoich kontrahentów oraz wzmocnioną aktywność w mediach społecznościowych, także w kontekście prosprzedażowym.

Obecnie na rynku obserwowana jest przewaga rozwoju sektora usług nad handlem towarami, co w przyszłości może mieć przełożenie na mniejszą dynamikę rozwoju kategorii spożywczych, w których Grupa funkcjonuje w segmentach „business to consumer” (B2C). Z tego też względu Grupa dostrzega potencjał własny w sektorze „business to business” (B2B), zwłaszcza w kategorii produktów dla gastronomii. W swojej polityce dystrybucyjnej B2C Grupa koncentrować się będzie na klientach mających największy potencjał obrotowy

Portfolio Grupy jest stale dostosowywane do trendów rynkowych i potrzeb odbiorców – w ostatnim czasie wzbogaciły go produkty funkcjonalne: dietetyczne i prozdrowotne.

w kategoriach spożywczych reprezentowanych przez Grupę jako producenta żywności szybkiej i wygodnej, m.in. na międzynarodowych sieciach convenience, w średnim i małym formacie oraz na sieciach lokalnych zrzeszonych wokół tzw. „megadystrybutorów”.

Grupa aktywnie poszukuje nowych perspektywicznych obszarów funkcjonowania – przejawem tych działań jest np. umowa konsorcjum zawarta przez spółkę zależną Stoczek Natura Sp. z o.o. Konsorcjum rozwija innowacyjne technologie produkcji suszu z owoców, warzyw i grzybów, przy współpracy z Uniwersytetem Przyrodniczym w Lublinie.

Główne produkty i usługi

Asortyment produktów markowych:

MAKARONY:

MAKARONY POLSKIE – marka posiadająca wyraźną osobowość, wpisującą się w popularny i stabilny trend rynkowy promocji żywności rodzimej i lokalnej; dedykowana konsumentom ceniącym dobrą, polską jakość w rozsądnej cenie. Portfolio marki obejmuje zarówno tradycyjne makarony jajeczne (walcowane) i makarony tłoczone, wyprodukowane z różnych rodzajów mąk, w tym z mąk pełnoziarnistych pozyskiwanych od kwalifikowanych dostawców, jak również makarony funkcjonalne o charakterze dietetycznym i prozdrowotnym (makarony 100% orkisz, makarony z Omega 3 oraz makarony pełnoziarniste ze zwiększoną zawartością błonnika). W asortymencie marki funkcjonuje również linia asortymentowa „W Kuchniach Świata” inspirowana smakami słonecznej Italii, oparta o tzw. duże formy makaronu wytwarzane w 100% z mąki z twardoziarnistej pszenicy durum, przeznaczone do nadziewania. Prowadzone są również prace nad kolejnymi innowacjami produktowymi, które będą stopniowo wdrażane do sprzedaży na przestrzeni 2016 i 2017 roku.



Naszą ambicją jest, aby brand Makarony Polskie stał się narzędziem do uporządkowania rozdrobnionej obecnie półki średniej, umiejscowionej tuż poniżej lidera i przejęcia udziałów, które obecnie posiadają bardzo liczni drobni producenci.

W I półroczu 2016 marka Makarony Polskie otrzymała wyróżnienie „Jakość Tradycja” dla kluczowego asortymentu – klusieczki rosółowej oraz asortymentów o dużej dynamice wzrostu rynkowego – makaronów orkiszowych i razowych.

SORENTI - to marka stworzona z myślą o smakoszach włoskiej kuchni, posiadająca w ofercie najpopularniejsze formy makaronów produkowanych w 100% z mąki pochodzącej z przemiału najwyższej jakości twarodoziarnistej pszenicy durum, która gwarantuje, że makaron nie rozgotowuje się i pozostaje al dente.



Na rynku krajowym marka Sorenti dość powszechnie funkcjonuje w kanale nowoczesnym. Przewagą tej marki w intensyfikującym swoje działania konkurencyjnym otoczeniu jest przystępna cena produktów. Marka Sorenti stanowi także bardzo atrakcyjny towar eksportowy z dużym potencjałem rozwoju i dalszej internacjonalizacji.

PRZETWORY MIĘSNO-WARZYSWNE:

W pierwszym półroczu 2016 roku asortyment markowy przetworów mięsno-warzyswnych obejmował dania gotowe pod markami Stoczek i Męska Rzecz. Dania gotowe oferowane przez Grupę - klasyczne obiady kuchni polskiej - łączą w sobie domowy smak z wygodą i szybkością ich przygotowania, co sprawia, że doskonale wpisują się w aktualne trendy na rynku produktów spożywczych. Potwierdzają to notowane od kilku lat wzrosty sprzedaży wolumenowej tej kategorii, ich źródłem jest w dużej mierze rozwój rynkowy asortymentu pod marką „Męska Rzecz”,



wsparty niestandardowymi formami promocji i pobudzania sprzedaży. Marka „Męska Rzecz” dedykowana jest do najszerszego grona konsumentów tej kategorii spożywczej, specjalnie doprawiona pod męski gust, konkurująca na półce swoją przystępną ceną.



W I półroczu 2016 roku oferta marki Męska Rzecz została poszerzona o nową linię asortymentową – „W kuchniach świata”, stanowiącą odpowiedź na nowe trendy konsumenckie.

W asortymencie marki Stoczek, oprócz tradycyjnych dań kuchni polskiej zamkniętych w słoiku, funkcjonują również przetwory mięsno-tłuszczowe w postaci smalców oraz jakościowych mięs w słoikach. Mięsiwa stanowią odpowiedź na przyrastający segment premium. Są to

produkty wytwarzane z pełnowartościowego, wysokiej jakości mięsa, bez sztucznych dodatków. Stanowią doskonałą alternatywę dla popularnych puszkowanych konserw mięsnych.

PRZETWORY WARZYWNE

W I półroczu 2016 asortyment w zakresie przetworów warzywnych obejmował głównie sałatki i marynaty pod marką Tenczynek – tradycyjne dodatki warzywne uatrakcyjnijające i urozmaicające dania, zarówno na zimno, jak i na gorąco. Produkty te mają swoje wierne grono konsumentów, wpisują się również w politykę eksportową Grupy – marka Tenczynek pozycjonowana jest na półkach „ethnic food” jako produkt „premium”.

PRZETWORY OWOCOWE

W I półroczu 2016 roku asortyment w zakresie przetworów owocowych obejmował dżemy i powidła (Stoczek i Tenczynek) oraz syropy (Tenczynek) – produkowane z zachowaniem najwyższej jakości, bez sztucznych barwników i konserwantów. Ponieważ kategoria spożywcza dżemów osiągnęła punkt nasycenia rynku, obserwowana jest tendencja rozwijania nowych segmentów smakowych oraz produktów typu BIO. W odpowiedzi na trendy rynkowe Grupa prowadzi prace nad poszerzeniem portfolio dżemów o tego typu produkty, głównie opierając się na perspektywie eksportowej.

Przetwory owocowe Grupy – produkcji regularnej i ekologicznej - cieszą się niezmiennie dużym powodzeniem na rynkach eksportowych, szczególnie w Niemczech i Chinach.

Asortyment produktów private label:

Produkty pod obcą marką są obecne w każdym segmencie oferty handlowej Grupy. W zakresie private label Grupa jest wiodącym producentem makaronów walcowanych i tłoczonych oraz liczącym się wytwórcą przetworów mięsno-warzywnych, warzywnych i owocowych.



W I półroczu 2016 roku Grupa Makarony Polskie postawiła na prace rozwojowe produktów wykorzystując trendy kształtujące rozwój marek własnych w sektorze spożywczym w Europie i na świecie oraz fakt, że Grupa jest postrzegana przez swoich klientów jako innowator, z którym warto podejmować wyzwania testów nowych produktów. Trwają prace nad wdrożeniem do oferty produktów: prozdrowotnych (makarony z mąk zbóż innych niż pszenica, z pełnego przemiału, bogatych w błonnik i składniki mineralne), organicznych (produkty bio), makaronów smakowych (z ziołami i przyprawami) oraz produktów premium. Akcyjne wdrożenie większości z tych produktów pod markami prywatnymi sieci handlowych będzie miało miejsce w II półroczu 2016.

Duże zainteresowanie zakupami produktów private label w Grupie Makarony Polskie przez wiodące, a także mniejsze sieci jest dowodem na wysoką jakość, sprawność organizacyjną Grupy, świadczy o jej pozycji konkurencyjnej i wiarygodności.

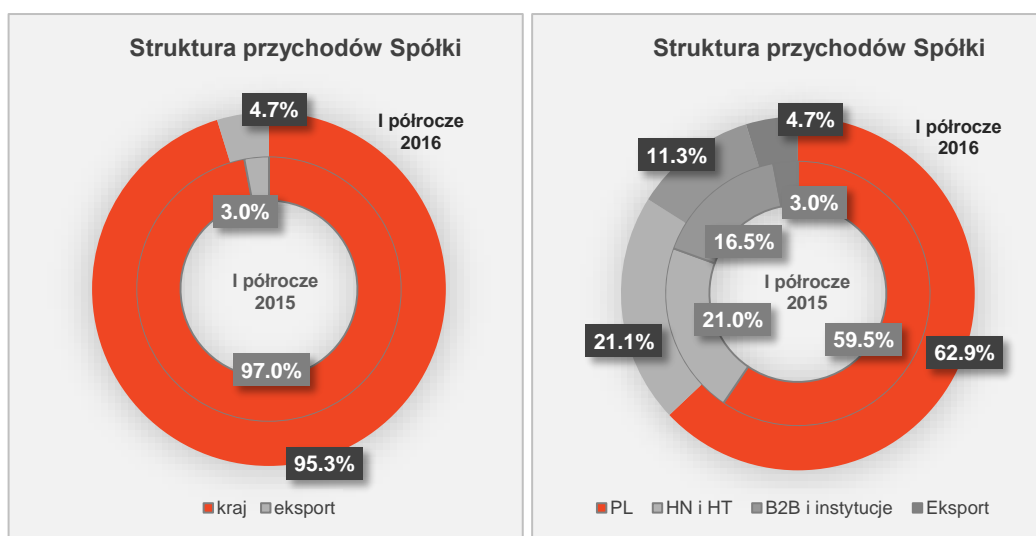
▮ Usługi oferowane przez Grupę Makarony Polskie:

Pod koniec 2015 roku Grupa Makarony Polskie, za sprawą nowej spółki zależnej MP Trade Sp. z o.o., weszła na rynek usług handlowych. MP Trade Sp. z o.o. rozwija handel na własny rachunek towarami obcymi polskich i zagranicznych producentów, a także prowadzi usługową działalność pośrednictwa sprzedaży produktów na rzecz polskich i zagranicznych podmiotów.

Otoczenie rynkowe

Rynki zbytu Grupy Makarony Polskie można podzielić na rynek krajowy (obejmujący private label, handel tradycyjny, handel nowoczesny oraz B2B i instytucje) oraz eksport (w tym sprzedaż przez pośredników krajowych). W ujęciu Like-for-Like (LFL), Grupa osiągnęła w I półroczu 2016 roku następujące przychody ze sprzedaży:

w tys. zł	I P 2016	I P 2015	r/r
Przychody ze sprzedaży	59 068	63 678	-7,2%



Private label

Największy udział w przychodach Grupy (62,9%) miał kanał private label (PL) oferujący produkty pod markami własnymi sieci krajowych i zagranicznych:

PL (w tys. zł)	I P 2016	I P 2015	r/r
Przychody ze sprzedaży	37 157	37 946	-2,1%

W sektorze private label Grupa Makarony Polskie jest wiodącym na rynku krajowym dostawcą makaronów walcowanych i tłoczonych oraz liczącym się producentem przetworów mięsno-warzywnych, warzywnych i owocowych.

Sprzedaż w tym kanale zamknęła się wynikiem -2,1% w I półroczu 2016 roku vs. analogiczny okres 2015 roku. Minimalny spadek wartości obrotów jest wynikiem ostrej konkurencji cenowej wynikającej ze spadku cen surowców, uruchomienia nowych mocy produkcyjnych w kraju oraz wkroczenia na rynek polski zagranicznych producentów. Przełożyło się to na proces wolniejszego wprowadzania do oferty sieci nowych produktów Grupy oraz przesunięcie na III i IV kwartał 2016 roku niektórych akcji in/out zaplanowanych pierwotnie na I połowę roku. W II półroczu Grupa planuje wprowadzić do oferty nowe produkty, tj. produkty prozdrowotne, organiczne, makarony „smakowe” i produktów premium (np. nowe kształty makaronów) co w opinii Grupy pozwoli na wypracowanie dodatkowych przychodów, umocnienie pozycji kanału na 2016 rok.

W okresie I półrocza 2016 roku Grupa prowadziła proces dywersyfikacji odbiorców. Głównymi odbiorcami na dzień sprawozdania są w tym kanale takie sieci jak Jeronimo Dystrybucja Polska i Lidl. W analizowanym okresie tylko jeden z klientów przekroczył próg 10% udziału w skonsolidowanych przychodach ze sprzedaży (łącznie produktów brandowych i private label). Jest to sieć Biedronka z udziałem ok. 32%. Spółki Grupy nie są w żaden formalny

W ramach kanału B2B Grupa rozwija głównie sprzedaż makaronów i półproduktów dla piekarnictwa i cukiernictwa, a także działalność usługową polegającą na napełnianiu słoików i puszek dla klientów jako podwykonawca.

sposób powiązane z operatorem tej sieci, a współpraca odbywa się na zasadach partnerskich i jest korzystna dla Grupy Makarony Polskie.

▼ Handel nowoczesny i handel tradycyjny

Kolejnym znaczącym dla Grupy przychodem na poziomie 21,1%, osiągniętym w I półroczu 2016 roku na rynku krajowym jest sprzedaż brandów Grupy (marki: Makarony Polskie, Sorenti, Stoczek, Tenczynek i Męska Rzecz) w kanałach handlu nowoczesnego (HN) i handlu tradycyjnego (HT):

HN i HT (w tys. zł)	I P 2016	I P 2015	r/r
Przychody ze sprzedaży	12 320	13 424	-8,2%

Na spadek wartości sprzedaży wpływ miała konkurencja cenowa na rynku, wynikająca ze spadku cen surowców, uruchomienia nowych mocy produkcyjnych w kraju oraz wkroczenia na rynek polski zagranicznych producentów. Dodatkowo w I półroczu 2016 roku w HN przeprowadzono kilka akcji in-out na warunkach preferencyjnych dla klientów oraz przesunięto jednego z większych klientów do obsługi przez kanał private label.

Na osiągnięte przychody ze sprzedaży w kanałach HT i HN miał fakt, że Grupa konsekwentnie zastępowała sprzedaż nierentownych indeksów na rzecz rentownych odpowiedników oraz porządkowała portfolio produktów oferowanych na rynku.

W II połowie 2016 roku Grupa planuje poszerzenie współpracy z obecnymi odbiorcami m.in. o nowości produktowe w ramach produktów własnych oraz towarów obcych, a także pozyskanie nowych, dotychczas nieobsługiwanych sieci zagranicznych, krajowych i lokalnych - realizacja tego celu nastąpi m.in. poprzez zintegrowaną obsługę najważniejszych odbiorców.

▼ B2B i instytucje

B2B i Instytucje stanowiły I półroczu 2016 roku ok. 11,3%, w całości przychodów Grupy:

B2B i Instytucje (w tys. zł)	I P 2016	I P 2015	r/r
Przychody ze sprzedaży	6 662	10 517	-39,5%

Sprzedaż w kanale dystrybucji B2B i Instytucje w I półroczu 2016 roku wyniosła 6,7 mln zł i była niższa o ok. 3,8 mln zł (tj. 39,5%) w stosunku do I półroczu 2015 roku. Spadek przychodów w największej części wynika z zakończenia jednego, z realizowanych przez Grupę kontraktów agencyjnych oraz uruchomienia przez dotychczasowych odbiorców własnych mocy produkcyjnych zwłaszcza na tzw. długie formy makaronu.

W ramach kanału B2B Grupa rozwija działalność usługową, sprzedaż makaronów i półproduktów - nadzienia słodkie, farsze słone - dla przemysłu piekarniczego i cukierniczego. Ta stosunkowo nowa forma działalności Grupy, zapoczątkowana w połowie 2013 roku, od samego początku spotkała się z pozytywnym przyjęciem przez rynek.

W oparciu o zdolności produkcyjne firmy Stoczek Natura Sp. z o.o. prowadzone są rozmowy dotyczące wykonywania na rzecz innych producentów usług produkcji zleconej mięsów i dań gotowych, np.: napełnianie puszek i słoików.

Eksport

Eksport w całości przychodów Grupy za I półrocze 2016 roku stanowił 4,7%:

Eksport (w tys. zł)	I P 2016	I P 2015	r/r
Przychody ze sprzedaży	2 781	1 893	+46,9%

Sprzedaż eksportowa Grupy w I półroczu 2016 roku wyniosła ok. 2,8 mln zł (realizowana własnym zespołem handlowym oraz przez pośredników). Był to wynik wyższy od osiągniętego w I półroczu 2015 roku o ok. 46,9%. Grupa realizuje obecnie długoterminową strategię pozyskiwania nowych rynków zbytu, a nawiązane bezpośrednie relacje z finalnymi odbiorcami pozytywnie przekładają się na poziom realizowanej marży.

W I połowie 2016 roku przedstawiciele Grupy brali czynny udział w imprezach targowych oraz spotkaniach B2B w Szwecji, Norwegii, Danii, Egipcie i Hiszpanii kontynuując tym samym politykę aktywności międzynarodowej.

Grupa Makarony Polskie w I połowie 2016 roku działała głównie na rynkach europejskich (Portugalia, Austria, Francja, Niemcy, Węgry, Wielka Brytania, Ukraina, Słowacja i Białoruś) oraz afrykańskich.

W październiku 2015 roku spółka Makarony Polskie SA wygrała przetarg ogłoszony przez Ukraińską sieć handlową, na dostawy makaronu. Podpisanie kontraktu nastąpiło w grudniu 2015 roku. Przewidywana wartość dostaw w okresie 2 lat trwania umowy (2016-2017) to kwota ok. 4 mln zł. Pierwsze dostawy zostały zrealizowane bez zakłóceń w czerwcu 2016 roku.

W I połowie 2016 roku Makarony Polskie SA wraz z innymi producentami skupionymi w Polskiej Izbie Makaronu (PIM), przystąpiła do realizacji programu „Makarony Europy” prowadzonego przez Polską Izbę Makaronu. Celem programu jest promocja makaronu na terenie Ukrainy oraz Chińskiej Republiki Ludowej. Ukraińscy i chińscy odbiorcy (konsumenci, dystrybutorzy) będą edukowani o właściwościach zdrowotnych makaronów, a także o różnorodności i wysokiej jakości produktów makaronowych pochodzących z państw

Spółka uczestniczy w programie „Makarony Europy”, edukującym ukraińskich i chińskich odbiorców o właściwościach zdrowotnych makaronów, ich różnorodności oraz wysokiej jakości produktów pochodzących z UE, w tym z Polski.

Unii Europejskiej, w tym z Polski (zostaną wyemitowane reklamy w telewizji, prasie i na stronach internetowych, przeprowadzone będą akcje promocyjne w trakcie targów i w punktach sprzedaży). Realizacja Programu ma przyczynić się do rozwoju rynku zbytu i wzrostu wolumenu sprzedaży makaronów produkowanych w Unii Europejskiej. Program realizowany będzie przez okres 3 lat (w latach 2016-2018).

Znaczące umowy

Umowa z Jeronimo Martins Polska SA

Na podstawie umowy zawartej pomiędzy Makarony Polskie SA i Jeronimo Martins Polska SA do sieci Biedronka sprzedawane są makarony pod markami własnymi sieci: Vitalia, Pasatni, Dobrusia i Makaron Szlachecki. Wartość przychodów w ramach kontraktu w I półroczu 2016 roku stanowiła ok. 32% skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży.

Umowy z siecią Lidl

Spółka Makarony Polskie SA zawarła z siecią Lidl porozumienia o współpracy dotyczące dostaw do sieci Lidl makaronów wyprodukowanych przez Spółkę, które łącznie spełniają kryteria umowy znaczącej. Wartość przychodów w ramach kontraktów w I półroczu 2016 roku stanowiła ok. 9% skonsolidowanych przychodów ze sprzedaży.

Aneksy do umów kredytowych z Bankiem BGK

Po dacie bilansowej Spółka zawarła z Bankiem Gospodarstwa Krajowego aneksy do umów kredytowych o łącznej wartości umownej 11,0 mln zł (saldo bieżące kredytów wynosi ok. 10 mln zł) tj. umowy kredytu otwartego w rachunku bieżącym oraz umowy kredytu obrotowego nieodnawialnego w rachunku kredytowym.

Umową o najwyższej wartości była umowa kredytu otwartego w rachunku bieżącym z limitem kredytowym 6,0 mln zł. Aneks do tej umowy wprowadza następujące istotne zmiany:

- przedłużyła termin spłaty zobowiązania do dnia 30 czerwca 2017 roku,
- do zabezpieczeń kredytu dodaje oświadczenie Kredytobiorcy i Poręczyciela o poddaniu się egzekucji złożone w trybie art. 777 k.p.c., w formie aktu notarialnego (do kwoty 12 mln zł).

Pozostałe istotne warunki umowy kredytowej nie uległy zmianom.

Czynniki istotne dla rozwoju Grupy

Czynniki mające wpływ na przyszłe wyniki Spółki i Grupy

Budowanie przewagi technologicznej i produkcyjnej poprzez inwestycje w innowacje i automatyzację:

- rozwój działalności R&D w obszarze innowacyjnych produktów: żywności funkcjonalnej, prozdrowotnej oraz dedykowanej do konkretnie nazwanych grup docelowych - w spółce Makarony Polskie SA powołano zespół interdyscyplinarny, który przy współpracy z instytucjami naukowymi pracuje nad opracowaniem innowacyjnych technologii wytwarzania nowych produktów niskoprzetworzonych i prozdrowotnych, łatwych w przyrządzeniu,
- zakład produkcyjny w Częstochowie w II kwartale 2016 roku uzyskał certyfikat przetwórstwa dla produktów ekologicznych: makaron z pszenicy durum 2-jajeczny,
- w Zakładzie produkcyjnym w Częstochowie w 2016 roku realizowana jest inwestycja w zakup systemu elektronicznych wag która to poprawi efektywność procesu pakowania jednostkowego,
- w II kwartale 2016 roku rozpoczęto rozbudowę zakładu produkcyjnego w Rzeszowie o budynek produkcyjno-magazynowy – planowany termin zakończenia prac to II połowa 2016 roku,
- w 2016 roku w zakładzie produkcyjnym w Częstochowie realizowana jest inwestycja w zautomatyzowany system dozowania mąki i składników sypkich, który umożliwi rozszerzenie możliwości produkcyjnych oraz uelastycznienie procesu produkcji,
- w spółce Stoczek Natura Sp. z o.o. prowadzone są badania mające na celu dostosowanie się do globalnych trendów produkcji żywności: produkty convenience, produkty prozdrowotne, produkty pakowane w atmosferze modyfikowanej oraz ekologiczne,
- konsorcjum, którego liderem została spółka Stoczek Natura Sp. z o.o. prowadzi systematyczne prace w zakresie rozwoju innowacyjnych technologii produkcji suszu, przy współpracy z Uniwersytetem Przyrodniczym w Lublinie,
- w II półroczu 2016 roku spółka firma Stoczek Natura Sp. z o.o. realizuje zakup nowoczesnej linii do pakowania nadzień i farszy która pozwoli na ofertowanie produktów o dłuższym terminie przydatności w stosunku do produktów obecnie oferowanych oraz na poprawę bezpieczeństwa produkcji,
- spółki Grupy planują aplikować o środki unijne w ramach perspektywy 2014-2020 celem przyspieszenia i rozszerzenia zakresu inwestycji w unowocześnienie parku maszynowego wykorzystywanego w ramach obecnego profilu produkcyjnego oraz służącego rozwojowi nowych obszarów działalności np. produkcji farszy i nadzień, zainicjowania obecności

w segmencie HoReCa - celem utrzymania pozycji rynkowej i sprostania rosnącemu zapotrzebowaniu na nowe, innowacyjne produkty i opakowania..

Rozwój działalności w segmencie private label

- wzbogacenie oferty kierowanej do nowych i obecnych klientów o produkty prozdrowotne, organiczne, makarony smakowe i produkty premium (np. nowe formy i kształty, innowacyjne opakowania),
- wzbogacenie oferty kierowanej do nowych i obecnych klientów o mięsowa i sałatki oraz susz owocowy, warzywny i owocowo-warzywny,
- działalność zmierzająca do poprawy rentowności kanału sprzedaży.

Rozwój kanałów sprzedaży B2B i instytucje oraz HoReCa

- rozwój kategorii makaronów, przetworów mięsno-warzywnych, warzywnych i owocowych oraz suszu owocowo-warzywnego, dostosowanych do oczekiwań klientów tego kanału,
- nawiązanie relacji kooperacyjnych z innymi producentami makaronów i dań gotowych oraz producentami dóbr komplementarnych, w celu uzupełnienia oferty dla finalnego odbiorcy,
- indywidualizowanie oferty i poprzez to zwiększenie konkurencyjności,
- wykorzystanie potencjału produkcyjnego spółki Stoczek Natura Sp. z o.o. w zakresie usługowego konfekcjonowania produktów,
- dalszy rozwój produkcji półproduktów na bazie mocy produkcyjnych zakładu w Stoczku Łukowskim, m.in. farsze słodkie i nadzienia słone,
- wzmocnienie kanału B2B w Grupie Makarony Polskie poprzez zatrudnienie profesjonalnych sprzedawców dedykowanych dla tego kanału.

Zwiększenie udziałów i wzrost poziomu dystrybucji na rynku krajowym za pośrednictwem wyspecjalizowanej spółki MP Trade.

- wzmocnienie pozycji produktów brandowych poprzez strategię koncentracji na 5 markach, a zwłaszcza na markach kluczowych Makarony Polskie i Męska Rzecz oraz stała optymalizacja portfolio (zarówno pod kątem eliminacji indeksów wygasających rynkowo, jak i wprowadzania kolejnych pożądaných przez rynek produktów),
- optymalizacja i poprawa efektywności struktur sprzedaży,
- opracowanie i wdrożenie mechanizmów współpracy z klientem hurtowym, detalicznymi sieciami lokalnymi oraz handlem sieciowym, zwłaszcza w obszarze sieci convenience i międzynarodowych sieci w formacie średnim i małym – jako strategia dystrybucji selektywnej, uwzględniającej specyfikę kategorii, w których Grupa funkcjonuje,

- skupienie na szybkiej i efektywnej budowie dostępności asortymentów markowych w kanale nowoczesnym oraz wdrożenie skutecznej polityki dystrybucyjnej w kanale tradycyjnym,
- intensyfikacja działań trade marketingowych, wspierających sprzedaż i odsprzedaż produktów oraz budujących trwałe relacje z Klientami.

Rozwój eksportu za pośrednictwem wyspecjalizowanej spółki MP Trade

- wprowadzenie uniwersalnej marki eksportowej Novelle, pod którą oferowane będą zarówno produkty dotychczasowe, jak również szereg nowych produktów np. makarony nadziewane, makarony BIO, susz, przetwory premium, itp.
- wzrost liczby klientów na rynkach zagranicznych planowane jest pozyskanie 10 nowych odbiorców,
- intensyfikacja komunikacji z obecnymi i potencjalnymi odbiorcami poprzez udział m.in. w targach branżowych oraz organizację spotkań B2B na rynkach docelowych,
- kontynuacja współpracy z Raya Distribution – dostawy i dystrybucja na rynku egipskim produktów w markach własnych producenta,
- pozyskiwanie i realizacja projektów dotyczących dostaw pod marką własną odbiorcy, głównie na rynek Afrykański,
- rozwój oferty produktowej poprzez oferowanie na rynkach zagranicznych produktów funkcjonalnych np.: makarony z kwasami Omega3 oraz produktów BIO i nowych kategorii produktowych (susz, produkty pozyskiwane przez MP Trade poza Grupą).

W ocenie Zarządu Makarony Polskie SA obecna sytuacja finansowa Spółki i Grupy pozwala na realizację przedstawionych powyżej kierunków rozwoju.

Ryzyka i zagrożenia istotne dla rozwoju Grupy

Obecna sytuacja finansowa Grupy, jej potencjał produkcyjny oraz pozycja rynkowa stwarzają szanse dla dalszego rozwoju, istnieje jednak wiele czynników, szczególnie o charakterze zewnętrznym, które bezpośrednio bądź pośrednio mogą mieć wpływ na wyniki finansowe osiągnięte w kolejnych latach.

Ryzyko zmian tendencji rynkowych

Ryzykiem mogą być ewentualne zmiany nawyków konsumentów, np. ze względu na rosnące ceny lub publikowane powszechnie informacje nt. walorów zdrowotnych danej kategorii produktów.

Aktualne trendy rynkowe są monitorowane na bieżąco. Spółki Grupy szybko i elastycznie dopasowują do nich swoją ofertę, zarówno pod kątem samych produktów, jak i technologii

ich wytworzenia. Aktualna oferta produktowa Grupy jest modyfikowana zgodnie z tendencjami rynkowymi, np. odpowiadając na trend produktów prozdrowotnych i „Fit” Grupa wprowadziła do oferty makarony z dodatkiem kwasów Omega 3 i makarony orkiszowe oraz produkty BIO. W II półroczu 2016 roku ofertę Grupy uzupełni również susz owocowo-warzywny produkowany przez konsorcjum kierowane przez spółkę Stoczek Natura.

Ryzyko związane z konkurencją

Wszystkie obszary działalności Grupy Makarony Polskie należą do segmentów silnie konkurencyjnych. Istnieje ryzyko, iż nasilone działania konkurentów, przejawiające się głównie w pogarszaniu warunków handlowych wpłyną na rentowność i przychody Spółki, a zatem może wpłynąć na realizację zakładanych celów. Wszystkie działania otoczenia konkurencyjnego są na bieżąco monitorowane i precyzyjnie analizowane przez dział marketingu Grupy, co pozwala na szybkie reagowanie w zakresie ewentualnych zagrożeń.

Spółka stara się zminimalizować to ryzyko poprzez dywersyfikację działalności Grupy np. uruchomienie produkcji suszu owocowo-warzywnego, oraz rozwój produktów innowacyjnych (w Grupie powołano zespoły, których celem jest rozwój działalności R&D).

Ryzyko ekonomicznego (moralnego) i fizycznego zużycia maszyn i urządzeń oraz utraty ich wartości rynkowej

Wielu producentów krajowych odtworzyło, rozszerzyło bądź planuje unowocześnić swój park technologiczny i maszynowy, w związku z możliwościami pozyskania na ten cel dofinansowania ze środków Unii Europejskiej. Jest to wymuszone głównie przez silną konkurencję producentów (krajowych i zagranicznych) oraz trendy rynkowe, np.: na poziomie nowych, innowacyjnych opakowań, energochłonności procesu produkcyjnego, wydajności samych maszyn i urządzeń, czy automatyzacji procesów obsługiwanych dotychczas ręcznie.

Grupa Makarony Polskie znajduje się w przededniu decyzji dotyczących planów inwestycyjnych na kolejne lata, które będą mieć bezpośrednie przełożenie na realizację dalszego planu rozwoju, w tym określenie przyszłego profilu produkcji. Głównym czynnikiem warunkującym zarówno skalę, jak i zakres planowanych inwestycji jest możliwość pozyskania środków unijnych z perspektywy 2014-2020.

Maszyny i urządzenia wykorzystywane w chwili obecnej w zakładach produkcyjnych Grupy są w pełni sprawne, poddawane są okresowym remontom oraz modernizacjom. Spółki Grupy na bieżąco prowadzą również inwestycje w nowe środki trwałe wykorzystywane przy produkcji, co jest wynikiem np. reakcji na potrzeby rynkowe (inwestycje w nowe paczkarki i kartoniarki wykorzystywane przy produkcji makaronu, nowa etykieciarka do słoików o niestandardowych kształtach w spółce Stoczek Natura), dotyczy to jednak głównie utrzymania dotychczasowego profilu produkcyjnego zakładów.

W celu utrzymania pozycji rynkowej i sprostania rosnącemu zapotrzebowaniu na nowe, innowacyjne produkty i opakowania spółki Grupy planują aplikować o środki unijne w ramach perspektywy 2014-2020. Celem jest zarówno unowocześnienie parku maszynowego wykorzystywanego w ramach obecnego profilu produkcyjnego, jak również służącego rozwojowi nowych obszarów działalności np. produkcji farszy i nadzień oraz zainicjowanie obecności w segmencie HoReCa.

Istnieje ryzyko, że wszelkie opóźnienie w realizacji projektów rozwojowych mogą skutkować utratą pozycji lidera private label w produkcji makaronów i na rynku przetworów owocowych i warzywnych.

Ryzyko uzależnienia od odbiorców

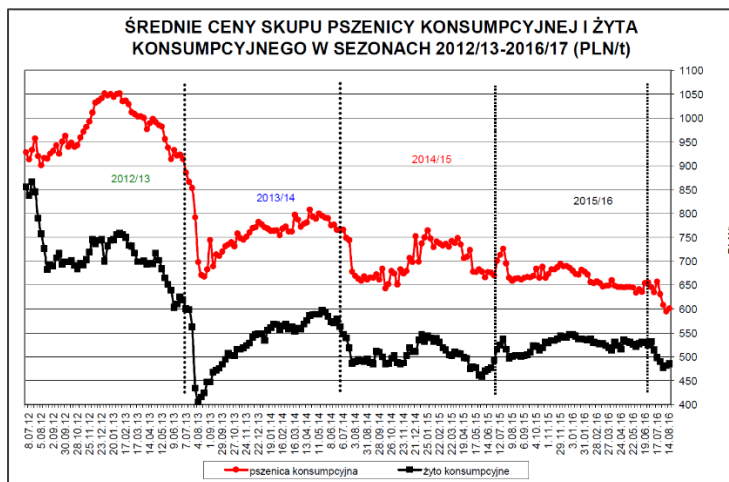
Znaczną część przychodów Grupa realizuje poprzez współpracę ze zorganizowanymi i scentralizowanymi decyzyjnie sieciami handlowymi. Ewentualny brak ciągłości współpracy z odbiorcami może wpłynąć na wysokość przychodów. Niektóre umowy handlowe nie zawierają ściśle określonej wielkości estymowanych zakupów, jakich odbiorca dokona w czasie obowiązywania kontraktu. Istnieje ryzyko, że odbiorcy złożą zamówienia odbiegające ilościowo od przyjętych przez Grupę planów miesięcznych, co może spowodować brak możliwości zaspokojenia popytu lub niepełne wykorzystanie mocy produkcyjnych, co będzie miało swoje przełożenie na realizowane wyniki. W ocenie Grupy ryzyko to nie jest jednak znaczące, ponieważ ilość dostarczanych dotychczas wyrobów nie podlegała znaczącym wahaniom w skali roku, kształtując się w możliwych do przewidzenia granicach. Dodatkowo spółki Grupy prowadzą systematyczne działania w kierunku dywersyfikacji odbiorców i zwiększania liczby tzw. średnich klientów.

Ryzyko związane ze zmianami cen surowców

Polityka Grupy w zakresie zabezpieczania cen surowca długoterminowymi kontraktami zakupowymi, w okresach rocznych i półrocznych, pozwoliła utrzymać średnią cenę zakupu mąki i masy jajowej na stabilnym poziomie, a tym samym ustrzec się przed znaczącym obniżeniem rentowności produkowanego makaronu.

W nawiązaniu do aktualnej sytuacji na rynku zbóż, Spółka na bieżąco monitoruje prognozy dotyczące zarówno rynku krajowego jak i notowań cen pszenicy konsumpcyjnej na rynkach światowych. Z informacji płynących z europejskich i poza europejskich rynków zbóż wynika, że w perspektywie najbliższych miesięcy można spodziewać się stabilizacji cen zbóż (z lekkimi wahaniami wzrostowymi).

Poniższy wykres przedstawia kształtowanie się cen zbóż miękkich w Polsce w ostatnich latach:



Źródło: Rynek zbóż tydzień 33/2016, Sparks Polska

Ceny masy jajecznej funkcjonujące obecnie na rynku kształtują się na poziomie 3,2-3,7 tys. zł za tonę masy jajowej. Od 2013 roku trwa sukcesywny wzrost spożycia jaj w Polsce (aktualnie jest to powyżej 146 jaj na osobę). Zgodnie z prognozami cena jaj i masy jajowej w 2017 roku powinna lekko wzrosnąć. Według producentów od kwietnia 2016 roku ceny jaj i masy jajowej są na poziomie dolnej granicy opłacalności, szacują oni, że wzrost cen jest nieunikniony w czwartym kwartale 2016 i pierwszej połowie 2017 roku.

Stoczek Natura Sp. z o.o. jest producentem przetworów owocowo-warzywnych (m.in. dżemów i sałatek) oraz dań gotowych. Ceny owoców i warzyw są mocno uzależnione od warunków pogodowych. Spółka współpracuje z krajowymi dostawcami warzyw i owoców, co daje możliwość uzyskania taniego surowca. Skup owoców i warzyw przeprowadzany jest sezonowo, w miesiącach w których ich ceny są najniższe. W razie potrzeby skupione surowce przechowywane są w firmowych magazynach i chłodniach. Spółka Stoczek Natura Sp. z o.o. narażona jest na wzrost cen surowców wynikający z różnego rodzaju anomalii pogodowych. Dążąc do minimalizacji tego ryzyka spółka rozbudowała bazę zagranicznych dostawców kluczowych surowców.

W 2016 roku ceny owoców i warzyw kształtują się na poziomie korzystnym dla producentów. Zgodnie z prognozami jesienne zbiory warzyw będą większe od zeszłorocznych w związku z optymalnym poziomem opadów deszczu. W 2016 roku istnieje ryzyko wzrostu cen mięsa nie mniej jednak Stoczek monitoruje rynek tego surowca na bieżąco i zawierając stosowne kontrakty stara się utrzymać koszty na zaplanowanym poziomie.

Ryzyko zmiennego otoczenia prawnego i podatkowego

Polski system prawny i podatkowy charakteryzuje się częstymi zmianami. Niekorzystnym czynnikiem dla działalności spółek Grupy mogą być zmieniające się przepisy prawa (np. planowany podatek od handlu niesie zagrożenie, że sieci handlowe będą próbowały

przerzucić część swoich kosztów na producentów poprzez presję cenową), jak również różne jego interpretacje. Praktyka pokazuje, iż interpretacja przepisów prawa poprzez organy skarbowe i orzecznictwo sądowe w aspekcie opodatkowania jest niejednokrotnie niespójna. W przypadku spółek działających na rynku polskim istnieje większe ryzyko prowadzenia działalności niż w krajach o stabilnych i ugruntowanych systemach prawnych i podatkowych.

Nad zabezpieczeniem interesów Grupy w zakresie zmian prawnych czuwają zespoły prawne, które w odpowiednim czasie podejmują stosowne działania, mające na celu minimalizację ewentualnych skutków tych zmian. Zespoły ds. jakości na bieżąco śledzą wszystkie regulacje prawne dotyczące produktów i opakowań, a wymagane prawem zmiany są wdrażane bez zbędnej zwłoki.

Ryzyko związane ze zmianami kursów walut

Grupa Makarony Polskie jest importerem semoliny i eksporterem wyrobów gotowych. Ceny sprzedaży produktów Grupy są każdorazowo ustalane i uwzględniają aktualną wysokość kursów walutowych tak, aby zapewnić satysfakcjonującą rentowność sprzedaży.

Oslabienie się złotego może mieć negatywny wpływ na poziom rentowności działalności prowadzonej przez Grupę jako importera. Celem minimalizacji ryzyka zmian kursów walutowych środki uzyskiwane przez Grupę ze sprzedaży eksportowej są wykorzystywane na zakup surowców poza granicami Polski.

Ryzyko związane z presją deflacyjną

Istnieje ryzyko dalszych nacisków odbiorców (sieci i dystrybutorów) na obniżkę cen produktów Grupy, co jest związane z ogólną sytuacją deflacyjną na rynku.

Przekonanie konsumentów, że produkty powinny być w sklepie coraz tańsze, wymusza na dystrybutorach i sieciach oczekiwania dalszych obniżek cen przez producentów. Może mieć to negatywny wpływ na realizowane marże również w przyszłości.

Ryzyko stopy procentowej

Ryzyko stopy procentowej jest to ryzyko poniesienia strat w wyniku zmian poziomów rynkowych stóp procentowych oraz zmian w wysokości odsetek ustawowych. Zarówno wysokość przychodów, jak i kosztów Spółki jest wrażliwa na zmiany poziomu rynkowych stóp procentowych.

W znacznym stopniu Spółka finansuje swoją działalność kredytami, co zwiększa jej poziom wrażliwości na ryzyko wywołane zmianami stóp procentowych zarówno długoterminowych, jak i krótkoterminowych zobowiązań finansowych.

W I półroczu 2016 roku Spółka korzystała z zewnętrznych źródeł finansowania w formie kredytów bankowych – obrotowych, w rachunku bieżącym i inwestycyjnych.

Na dzień 30 czerwca 2016 roku Spółka posiadała zobowiązanie z tytułu zaciągniętych kredytów w wysokości 20 723 tys. zł:

Waluta	Oprocentowanie	Saldo kredytów	Z tego kredyty	
			Krótkoterminowe	Długoterminowe
PLN	WIBOR + marża banku	20 723	8 840	11 883

Spółka posiada zobowiązania z tytułu kredytów, dla których odsetki liczone są na bazie zmiennej stopy procentowej, w związku z czym występuje ryzyko wzrostu tych stóp w stosunku do momentu zawarcia umowy.

Z uwagi na to, że Spółka nie posiadała aktywa oprocentowanego w oparciu o zmienną stopę, które równoważyłyby ryzyka wynikające ze zobowiązań, Spółka w okresie sprawozdawczym stosowała instrument zabezpieczający przed ryzykiem stopy procentowej.

Typ transakcji	Okres zawarcia transakcji	Okres obowiązywania transakcji	Kwota nominalna (tys. zł)	Spółka płaci	Spółka otrzymuje	Zobowiązanie finansowe (tys. zł)
Swap procentowy (IRS)	X 2013	X 2016	7 500	Stała stopa	Zmienna stopa WIBOR 3M	22

Ryzyko kredytowe

Ryzyko kredytowe oznacza ryzyko niewywiązania się kontrahentów Grupy ze zobowiązań. Grupa stosuje zasadę dokonywania transakcji z kontrahentami o sprawdzonej wiarygodności kredytowej; w razie potrzeby uzyskując stosowne zabezpieczenie jako narzędzie redukcji ryzyka strat finansowych z tytułu niedotrzymania warunków umowy. Grupa korzysta z informacji finansowych dostępnych publicznie oraz z własnych danych o transakcjach, dokonując oceny kondycji finansowej swoich głównych klientów.

Narażenie Grupy na ryzyko wiarygodności kredytowej kontrahentów jest stale monitorowane; kontrolę ryzyka kredytowego umożliwiają limity weryfikowane i zatwierdzane na bieżące w ramach struktur kontrolujących w Grupie. Dodatkowo Grupa objęła wybranych kontrahentów ubezpieczeniem należności handlowych udzielonym przez jednego z większych ubezpieczycieli działających w tym zakresie na rynku polskim.

Grupa nie jest narażona na istotne ryzyko kredytowe wobec pojedynczego kontrahenta ani grupy kontrahentów. Oceniając poziom ryzyka kredytowego Grupa traktuje podmioty powiązane ze sobą jako jednego klienta.

Sytuacja finansowa

Zasady sporządzania skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Sprawozdanie finansowe sporządzono w oparciu o Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej spółek Grupy, w dającej się przewidzieć przyszłości i w niezmiernym istotnie zakresie. Grupa nie prowadziła działalności, która została zaniechana w okresie I półrocza 2016 roku.

Sprawozdania finansowe wszystkich jednostek sporządzone zostały za ten sam okres sprawozdawczy, przy zastosowaniu spójnych zasad rachunkowości. Rokiem obrotowym spółek Grupy jest rok kalendarzowy (z zastrzeżeniem, że pierwszy rok obrotowy spółki MP Trade Sp. z o.o. kończy się 31 grudnia 2016 roku).

Jednostki podlegające konsolidacji:

wg stanu na 30 czerwca 2016 roku	Stoczek Natura Sp. z o.o.	MP Trade Sp. z o.o.
Charakter powiązania	spółka zależna bezpośrednio	spółka zależna bezpośrednio
Metoda konsolidacji	pełna	pełna
Data objęcia kontroli	1 czerwca 2007	28 września 2015
% posiadanego kapitału	100%	100%

Omówienie wyników Grupy

Wybrane dane finansowe Grupy Makarony Polskie za I półrocze 2016 roku, wyrażone w tysiącach złotych, przedstawiają się następująco:

Grupa Makarony Polskie (w tys. zł)	01.01.2016- 30.06.2016	01.01.2015- 30.06.2015
Przychody netto ze sprzedaży	59 068	63 678
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	56 769	60 915
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	2 299	2 763
Koszt własny	45 952	50 595
Koszty wytworzenia sprzedanych produktów i usług	43 700	47 945
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	2 252	2 650
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	13 116	13 084
Koszty sprzedaży	7 212	7 787
Koszty ogólnego zarządu	2 273	2 276
Pozostałe przychody	342	1 082
Pozostałe koszty	373	162
Zysk (strata) z działalności kontynuowanej	3 600	3 940
Przychody finansowe	97	152
Koszty finansowe	685	939
Zysk brutto	3 012	3 153
Podatek dochodowy- część bieżąca	266	0
Podatek dochodowy- część odroczone	384	777
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	2 362	2 376
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	5 846	6 133
Liczba akcji (w sztukach)	9 250 071	9 250 071
Średnia ważona liczba akcji (w sztukach) w okresie danego roku obrotowego	9 250 071	9 250 071
Zysk/strata na jedną akcję zwykłą (w zł) *	0,26	0,26
Wartość księgową na jedną akcję (w zł) **	7,57	7,39

* Zysk/strata netto na jedną akcję zwykłą = wynik netto/średnia ważona liczba akcji w okresie

** Wartość księgową na jedną akcję zwykłą = kapitały własne/liczba akcji na dany moment bilansowy

Wartość skonsolidowanych przychodów w I półroczu 2016 roku wyniosła 59,1 mln zł i była niższa o ok. 7,2% w stosunku do I półrocza 2015 roku. Największy spadek sprzedaży Grupa zanotowała w segmencie produktów makaronowych - spadek 2,8 mln zł r/r wynikał głównie z zainstalowania nowych mocy produkcyjnych przez dotychczasowych odbiorców w kanale B2B oraz zakończeniem realizacji jednego z kontraktów agencyjnych. Koszt sprzedanych produktów usług, towarów i materiałów w I półroczu 2016 roku wyniósł ok. 46,0 mln zł (spadek o ok. 9,2%).

I półrocze 2016 roku Grupa Makarony Polskie zamknęła zyskiem brutto ze sprzedaży na poziomie 13,1 mln zł, z rentownością brutto ze sprzedaży na poziomie ok. 22,2% (vs. 20,5% za I półrocze 2015 rok).

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) w I półroczu 2016 roku wyniósł 3,6 mln zł w porównaniu do 3,9 mln zł w I półroczu 2015 roku. Rentowność działalności operacyjnej wyniosła 6,1% w stosunku do 6,2% w I półroczu 2015 roku.

Wynik na działalności finansowej (przychody finansowe minus koszty finansowe) uległ poprawie z -0,8 mln zł za I półrocze 2015 roku do -0,6 mln zł za I półrocze 2016 roku. Istotny wpływ na poprawę wyniku na tym poziomie miała renegocjacja zapisów umów kredytowych i faktoringu w trakcie 2015 roku oraz obniżenie salda zadłużenia.

Zysk netto w I półroczu 2016 roku wyniósł 2,4 mln zł i jest na poziomie wyniku I półrocza 2015 roku. Rentowność sprzedaży liczona na poziomie zysku netto wyniosła 4,0% (vs. 3,7% za I półrocze 2015 roku).

Grupa Makarony Polskie wypracowała w I półroczu 2016 roku EBITDA na poziomie 5,8 mln zł. Rentowność EBITDA kształtowała się na poziomie 9,9% (vs. 9,6% za I półrocze 2015 roku).

Skonsolidowane sprawozdanie z pozostałych całkowitych dochodów netto - zastosowanie rachunkowości zabezpieczeń

Grupa Makarony Polskie (w tys. zł)	01.01.2016- 30.06.2016	01.01.2015- 30.06.2015
Całkowite dochody netto	2 376	2 376
Zysk/strata z tyt. zastosowania rachunkowości zabezpieczeń	43	58
Całkowite dochody netto ogółem	2 405	2 434

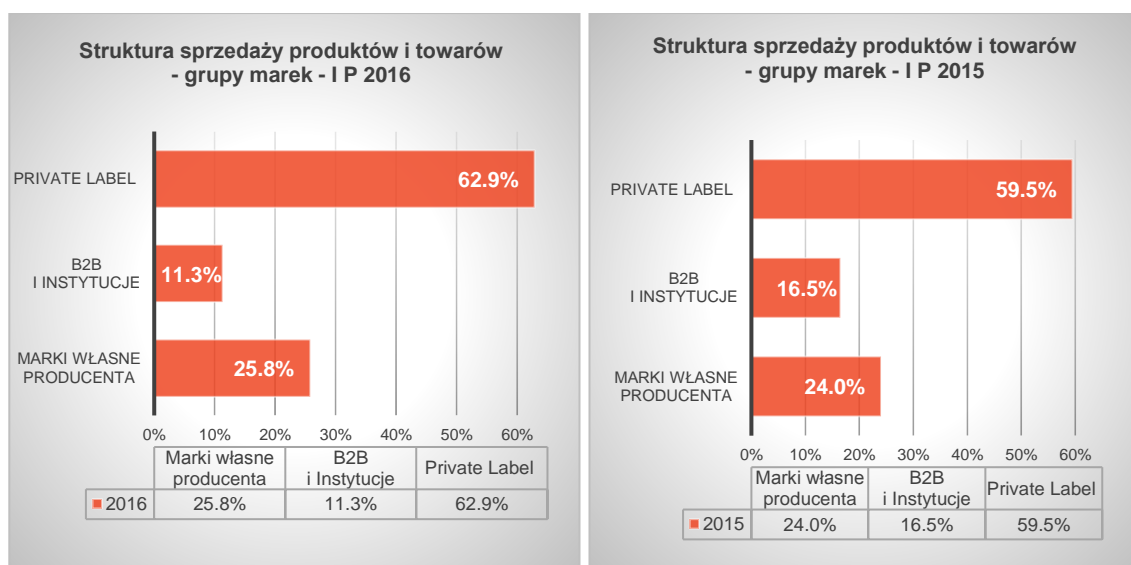
▼ Osiągnięte wyniki vs. prognozy

Grupa Makarony Polskie nie publikowała prognoz finansowych na rok obrotowy 2016.

Segmenty operacyjne Grupy

Przychody ze sprzedaży z podziałem na marki własne i obce

Strukturę sprzedaży produktów i towarów z podziałem na grupy marek, obrazują poniższe wykresy:



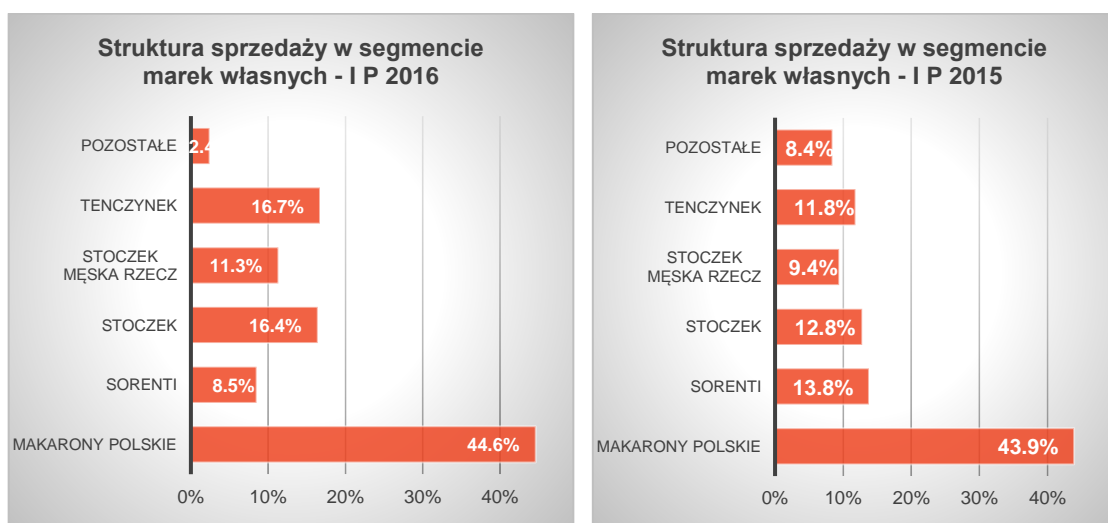
Porównując I półrocze 2016 roku do I półrocza 2015 roku, pomimo spadku całkowitych przychodów o ok. 4,6 mln zł, który nastąpił głównie w kanale B2B i Instytucje, kanały Private Label i Marki Własne Producenta zwiększyły swój udział % w strukturze sprzedaży produktów i towarów.

Wpływ na ten stan rzeczy miały m.in.:

- utrzymanie wartościowego poziomu sprzedaży w kanale Private Label, na poziomie porównywalnym do I półrocza 2015, pomimo niesprzyjającego otoczenia: ostra konkurencja cenowa,
- uruchomienie nowych mocy produkcyjnych w Polsce oraz zwiększona aktywność dostawców z zagranicy,
- spadek sprzedaży w kanale B2B i Instytucji, za sprawą zakończenia realizacji kontraktu dla ARR oraz uruchomieniem własnych mocy produkcyjnych przez niektórych dotychczasowych odbiorców tego kanału,
- pomimo spadku przychodów o ok. 1 mln zł, głównie dzięki przekazaniu jednego z kluczowych odbiorców do obsługi przez kanał private label, nastąpił wzrost udziału marek własnych producenta w strukturze całej sprzedaży. Wynika to również z obniżenia udziałów i spadku przychodów w kanale B2B i Instytucje. Dodatkowo Grupa konsekwentnie zastępowała sprzedaż nierentownych indeksów na rzecz rentownych odpowiedników oraz porządkowała portfolio produktów oferowanych na rynku.

Zespoły sprzedażowe realizując założenia strategii asortymentowej, polegającej na skupieniu sił handlowych na pięciu podstawowych markach producenta (Makarony Polskie, Męska Rzecz, Stoczek, Tenczynek, Sorenti) – zmniejszyły udział sprzedaży marek pozostałych (Solare, Staropolski i Famil-Jada) na rzecz marek kluczowych. W wyniku prowadzonych działań udział sprzedaży pięciu podstawowych brandów w segmencie marek własnych producenta wzrósł o ok. 6,0 p.p.

Poniższe wykresy obrazują wyniki podjętych działań:



Marka Makarony Polskie, kluczowa marka makaronowa, skonsolidowała potencjał sprzedażowy marki Abak, a następnie została poszerzona o nowe linie produktowe – m.in. makarony 100% durum, prozdrowotne, funkcjonalne i smakowe. W związku z tym, na koniec I półrocza 2016 roku w skład marki Makarony Polskie wchodziły następujące linie produktowe: makarony popularne tłoczone, w tym forma dedykowana najmłodszym konsumentom, makarony tradycyjne jajeczne walcowane, makarony pełnoziarniste, makarony funkcjonalne z dodatkiem kwasu Omega3 oraz makaron orkiszowy, a także duże formy makaronu 100% durum przeznaczone do nadziewania. W zakresie projektów marketingowo-wizerunkowych wprowadzono na rynek produkt crossbrandingowy – makaron z kakao marki E.Wedel. Zrównoważona polityka asortymentowa, dostosowana do rynkowych trendów, ma swoje odzwierciedlenie w dynamicznie rosnącym znaczeniu tej marki w obrocie Spółki.

Marka Sorenti składa się z makaronów produkowanych w 100% z mąki z twardoziarnistej pszenicy durum oferowanych w najpopularniejszych na rynku formach. Odnotowany spadek udziału marki Sorenti wiąże się ze zmianą polityki dystrybucyjnej tej marki. W I półroczu 2016 roku kontynuowany był proces wygaszania asortymentu marki Sorenti w kanale tradycyjnym (na tej części rynku ma ją zastąpić linia włoska durum marki Makarony Polskie, która została zainicjowana w II półroczu 2015 roku). W II połowie 2016 roku planowane jest odzyskanie

pełni potencjału sprzedażowego marki Sorenti poprzez intensyfikację działań promocyjnych na tej marce w kanale nowoczesnym, któremu ta marka została dedykowana na rynku krajowym oraz w eksporcie, w związku z realizacją kontraktów zawartych na rynek ukraiński. W I połowie 2016 roku marka Stoczek Męska Rzecz zanotowała wzrost. Jest to już stały trend od początku 2015 roku. W jej skład wchodziły dwie linie asortymentowe: klasyczne dania gotowe oraz linia dań tzw. jednogarnkowych „pełny obiad”. Po udanych testach rynkowych wykonanych w 2015 roku poprzez wprowadzenie nowego, nieobecnego dotychczas smaku dania a’la kebab, został nadany nowy kierunek działań na asortymencie w 2016 roku. Było to szczególnie widoczne poprzez wprowadzenie tych produktów na stały listing w sieciach handlowych obsługiwanych zarówno przez kanał handlu nowoczesnego, jak i kanał handlu tradycyjnego.

W skład marki Stoczek wchodziła linia dań gotowych typowych dla polskiej kuchni, mięsiwa w słoikach (wyższy jakościowo odpowiednik popularnych konserw), smalce, a także linia dżemów wysokosłodzonych.

W I półroczu 2016 roku w skład marki Męska Rzecz wchodziły trzy linie asortymentowe: klasyczne dania gotowe, linia dań tzw. jednogarnkowych „pełny obiad” oraz linia „w kuchniach świata”.

Marka Tenczynek bazowała na przetworach warzywnych, m.in. sałatkach obiadowych i marynatach, a także na syropach owocowych oraz dżemach niskosłodzonych. Działania korygujące podjęte pod koniec 2015 roku, zmierzające do utrzymania i rozwoju sieci dystrybucji marki Tenczynek przełożyły się wprost na wzrost udziału tej marki w strukturze sprzedaży marek własnych producenta.

Przychody ze sprzedaży z podziałem na segmenty operacyjne

W I półroczu 2016 roku Grupa Makarony Polskie realizowała sprzedaż według następujących grup produktowych, osiągając z tego tytułu następujące przychody:

(w tys. zł)	01.01.2016- 30.06.2016	01.01.2015- 30.06.2015
Makarony	46 378	49 180
Przetwory mięsno-warzywne	7 139	6 965
Przetwory warzywne	1 411	1 579
Przetwory owocowe	2 268	3 260
Pozostałe	1 872	2 694
Razem	59 068	63 678

Przychody ze sprzedaży Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2016 roku wyniosły 59,1 mln zł i były o ok. 4,6 mln zł niższe w stosunku do analogicznego okresu 2015 roku.

Czynniki i zdarzenia mające wpływ na wyniki I półrocza 2016 roku:

- rozszerzenie portfolio produktów*
- realizacja inwestycji w zakładach produkcyjnych*
- zmiana warunków umów kredytowych i faktoringowych*

Wartość sprzedaży w kategorii makaronów była niższa o ok. 2,8 mln zł tj. ok. 5,7% w stosunku do I półrocza 2015 roku. Spadek był wynikiem zainstalowania nowych mocy produkcyjnych przez dotychczasowych odbiorców w kanale B2B oraz zakończeniem realizacji jednego z kontraktów agencyjnych.

Sprzedaż przetworów mięsno-warzywnych wzrosła w analizowanym okresie o ok. 0,2 mln zł do kwoty powyżej 7,1 mln zł. Wzrost w wysokości ok. 2,5% (I półrocze 2016 roku vs. I półrocze 2015 roku) był wynikiem dobrze przeprowadzonej kampanii promocyjnej na dania gotowe w marce Stoczek i Męska Rzecz oraz pozyskania kilku kontraktów na produkcję produktów pod markami sieciowymi. W kolejnych okresach planowany jest dalszy wzrost w tej kategorii m.in. poprzez wprowadzenie nowości rynkowych. Dodatkowo sprzedaż nowych produktów będzie połączona promocją crossową z produktami innych producentów spożywczych.

W I półroczu 2016 roku Grupa zanotowała spadek sprzedaży w kategorii:

- przetworów warzywnych o 0,2 mln zł vs. I półrocze 2015 roku,
- przetworów owocowych o blisko 0,8 mln zł tj. ok. 31% w stosunku do I półrocza 2015 roku.

Grupa planuje koncentrację produkcji na kluczowych kategoriach produktowych stopniowo weryfikując rentowność oraz wolumen produkcji przetworów warzywnych i owocowych. Planowane jest także uruchomienie zupełnie nowej produkcji, stąd powstaje konieczność odpowiedniego przygotowania zakładu produkcyjnego.

Czynniki i zdarzenia, w tym nietypowe, mające wpływ na wyniki I półrocza 2016 roku

Realizacja inwestycji w zakładach produkcyjnych w Rzeszowie, Częstochowie i Stoczku Łukowskim

W latach 2015-2016 Grupa Makarony Polskie zrealizowała szereg inwestycji mających na celu zwiększenie efektywności wykorzystania mediów i surowców, uelastycznienie oraz wzrost mocy produkcyjnych:

- w zakładach produkcyjnych Spółki poczyniono inwestycje, które pozwoliły na poszerzenie możliwości produkcyjnych w zakresie nowych i innowacyjnych form makaronu m.in. duże świdry, calamari i pióra (poprzez zakup nowych matryc) oraz opakowań (opakowania papierowe, z papierowymi przewieszkami oraz kartoniki),

- zakład produkcyjny w Rzeszowie w II półroczu 2015 roku uzyskał certyfikat przetwórstwa dla produktów ekologicznych: makaron z mąki razowej z pszenicy durum i makaron z mąki z twardziarnistej pszenicy durum; Spółka zaoferowała nową linię produktów BIO w 2016 roku,
- w zakładzie produkcyjnym w Rzeszowie zrealizowano projekt instalacji i modernizacji linii do form krótkich makaronu, która pozwoliła na zwiększenie mocy produkcyjnych o 90% dla tego typu makaronu. Ponadto Grupa przeprowadziła modernizację węzła mącznego zwiększając ilość silosów na mąkę o 66% oraz znacznie zwiększając ilość silosów na makaron (wzrost o 250%) – inwestycje te mają pozwolić na uelastycznienie produkcji oraz umożliwić dalsze rozszerzenie oferty produktowej o makaron z różnych rodzajów mąk (np. orkiszowe, razowe, żytnie),
- w I półroczu 2016 roku w zakładzie w Rzeszowie zainstalowano i uruchomiono nową kartoniarkę, która umożliwi rozszerzenie oferty o kartony ekspozycyjne oraz znacznie poprawia efektywność w obszarze pakowania,
- w latach 2015-2016 Spółka zrealizowała inwestycje w zakresie bezpieczeństwa produkcji tj. wymiana detektorów metalu na bardziej zaawansowane technologicznie w stosunku do posiadanych obecnie oraz doposażanie laboratorium,
- w zakładach produkcyjnych przeprowadzono szereg drobnych inwestycji mających na celu podniesienie efektywności, jakości i bezpieczeństwa produkcji takich jak wagi przelotowe, elektryczne wózki, zaklejarki do kartonów, owijarka do palet,
- w 2015 roku firma Stoczek Natura Sp. z o.o. zakupiła etykieciarkę do etykietowania słoików niestandardowych, pozwala to oferować klientom opakowania o nieregularnym kształcie i budować przewagę konkurencyjne w tym obszarze działalności.

Rozszerzenie portfolio produktów

Światowy rynek makaronu w 2020 roku wart będzie ponad 86 mld dolarów, a średni wskaźnik jego rocznego wzrostu (CAGR) w latach 2016-2020 wyniesie 5%. Do wzrostu tego przyczynić się ma większa dostępność zdrowych makaronów i klusek (np. bezglutenowych, organicznych, bogatych w błonnik lub o zmniejszonej zawartości węglowodanów) oraz wprowadzanie do oferty innowacyjnych produktów (Źródło: Portal Spożywczy „Światowy rynek makaronu w 2020 roku będzie wart ponad 86 mld dolarów”).

Odpowiadając na trendy rynkowe w I półroczu 2016 roku Grupa Makarony Polskie kontynuowała realizację strategii optymalizacji portfolio i jego uzupełnienia o produkty wysokomarżowe z segmentu premium. Trwają prace nad nowymi produktami prozdrowotnymi, organicznymi (BIO), makaronami smakowymi oraz produktami premium (np. nowe kształty i formy makaronu, innowacyjne opakowania). Spółka Stoczek Natura Sp. z o.o., w ramach konsorcjum utworzonego w 2015 roku, w II półroczu 2016 roku wzbogaci

oferę Grupy o susz owocowo-warzywny m.in. chipsy owocowe i mieszanki kompotowe. Oferta do odbiorcy końcowego zostanie skierowana poprzez kanały PL, HT, HN i Eksport.

Spółka MP Trade Sp. z o.o. intensywnie poszukuje również towarów innych producentów, które docelowo mogłyby wzbogacić portfolio produktów oferowanych przez Grupę.

Zmiana warunków umów kredytowych i faktoringowych

W 2015 roku Spółka Makarony Polskie przeprowadziła proces renegocjacji warunków dla umów kredytowych oraz faktoringowych. Celem zmian w zewnętrznych źródłach finansowania jest pozyskanie dodatkowego kapitału na finansowanie bieżącej działalności Spółki oraz sfinansowanie inwestycji w Zakładzie Produkcyjnym w Rzeszowie, poprawa przepływu pieniędzy na poziomie działalności finansowej m.in. poprzez wynegocjowanie terminów karencji spłaty rat kapitałowych w kredycie długoterminowym w najbliższym okresie; wydłużenie terminów spłaty zobowiązań oraz obniżenie w kolejnych okresach kosztów finansowych Grupy Makarony Polskie. Potwierdzeniem dobrze przeprowadzonego procesu jest zmniejszenie kosztów obsługi zadłużenia z tytułu umów kredytowych, faktoringowych i leasingu o 0,4 mln zł r/r (I półrocze 2016 roku – 0,5 mln zł vs I półrocze 2015 roku - 0,9 mln zł).

Struktura aktywów i pasywów Grupy

Suma bilansowa Grupy wyniosła 125,2 mln zł na dzień 30 czerwca 2016 roku w stosunku do kwoty 127,0 mln zł na dzień 31 grudnia 2015 roku oraz do kwoty 126,7 mln zł na dzień 30 czerwca 2015 roku.

Grupa Makarony Polskie (w tys. zł)	30 czerwca 2016	31 grudnia 2015
AKTYWA TRWAŁE	88 781	87 307
Rzeczowe aktywa trwałe	71 726	70 100
Nieruchomości inwestycyjne	1 235	1 227
Wartość firmy	5 949	5 949
Inne wartości niematerialne	9 686	9 820
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	135	134
Pozostałe aktywa- długoterminowe	50	77
AKTYWA OBROTOWE	36 389	39 693
Zapasy	12 348	11 990
Należności krótkoterminowe	23 200	26 479
Należności z tytułu podatku dochodowego	0	0
Udzielone pożyczki	0	0
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	645	1 002
Pozostałe aktywa- krótkoterminowe	196	222
AKTYWA TRWAŁE PRZEZNACZONE DO ZBYCIA	0	0
SUMA AKTYWÓW	125 170	127 000

Grupa Makarony Polskie (w tys. zł)	30 czerwca 2016	31 grudnia 2015
KAPITAŁ WŁASNY	70 063	70 896
Kapitał podstawowy	27 750	27 750
Pozostałe kapitały	39 482	37 665
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	469	567
Zysk netto	2 362	4 914
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	23 974	25 501
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3 351	2 967
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	11 883	13 494
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	152	144
Przychody przyszłych okresów	7 333	7 531
Długoterminowe zobowiązania z tytułu umów leasingu finansowego	1 255	1 365
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	31 133	30 603
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	8 840	8 256
Krótkoterminowe zobowiązania finansowe	562	559
Zobowiązanie finansowe z tyt dywidendy	3 238	0
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	17 856	21 130
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	49	0
Przychody przyszłych okresów	510	568
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	78	90
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	0	0
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	55 107	56 104
SUMA PASYWÓW	125 170	127 000

Na dzień 30 czerwca 2016 roku wartość aktywów trwałych wynosiła ok. 88,8 mln zł (71% aktywów ogółem) w porównaniu do stanu 87,3 mln zł na koniec 2015 roku (wzrost o 1,7% vs. koniec 2015 roku). Zmiana w ramach aktywów trwałych była wypadkową głównie inwestycji oraz amortyzacji (w I półroczu 2016 roku wyniosła 2,4 mln zł).

Aktywa obrotowe wynosiły na dzień 30 czerwca 2016 roku ok. 36,4 mln zł i spadły o ok. 8,3% w porównaniu do końca 2015 roku kiedy wynosiły 39,7 mln zł. Największy wpływ na zmianę w aktywach obrotowych miał spadek należności o ok. 3,3 mln zł, tj. o ponad 12% w stosunku do końca 2015 roku, spowodowany głównie zmniejszeniem przychodów ze sprzedaży.

Kapitał własny na dzień bilansowy wynosił ok. 70,1 mln zł, stanowiąc ok. 56,0% wartości pasywów i zmniejszył się o 1,2% w porównaniu do wartości 70,9 mln zł na koniec 2015 roku. Główna zmiana spowodowana była przeznaczeniem części zysku netto za 2015 rok na dywidendę w wysokości 3,2 mln zł oraz skonsolidowany zysk za I półrocze 2016 rok w wysokości 2,4 mln zł.

Zobowiązania długoterminowe wynosiły 24,0 mln zł i spadły o 6,0% (z 25,5 mln zł) w porównaniu do stanu na koniec 2015 roku, głównie z powodu przeklasyfikowania części kredytów długoterminowych do zobowiązań krótkoterminowych w związku z wymagalnością rat w okresie poniżej jednego roku od dnia bilansowego.

Zobowiązania krótkoterminowe na dzień 30 czerwca 2016 roku wynosiły 31,1 mln zł i wzrosły w porównaniu do stanu na koniec 2015 roku wynoszącego 30,6 mln zł. Największe zmiany w ramach zobowiązań krótkoterminowych to zmniejszenia wartości pozycji pozostałe zobowiązania (spadek o ok. 3,3 mln zł, tj. ok. 15,5%) oraz wydzielenie pozycji zobowiązania z tytułu dywidendy (3,2 mln zł)

W pasywach ujęto wycenę transakcji instrumentu zabezpieczającego przed ryzykiem stóp procentowych (IRS), zawartą w związku zabezpieczeniem przepływów pieniężnych dla długoterminowej umowy kredytowej zawartej z bankiem BZ WBK SA.

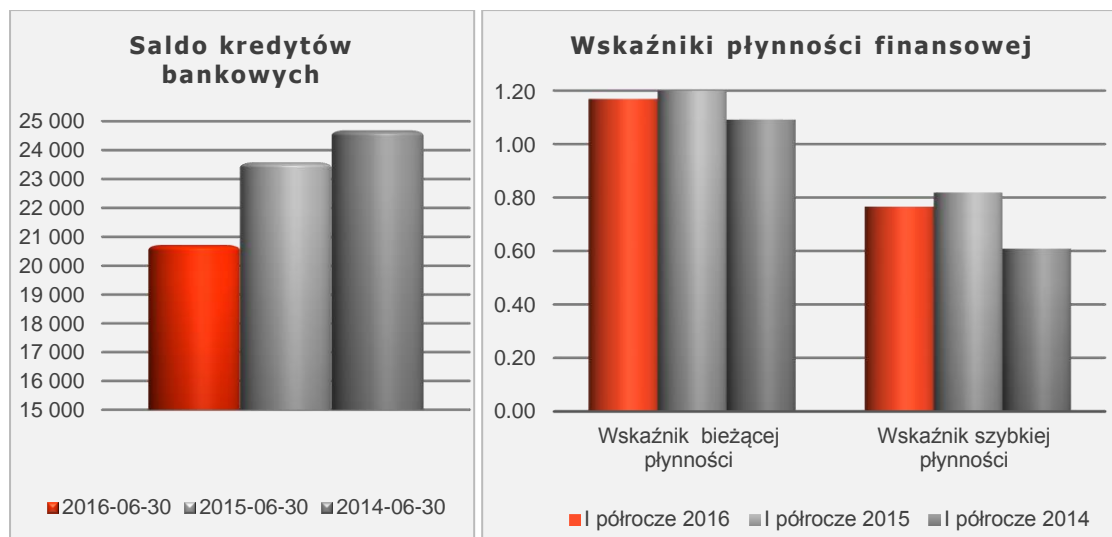
Płynność i zarządzanie zasobami finansowymi oraz ryzykiem finansowym Grupy

Grupa Makarony Polskie zarządza zasobami ekonomicznymi w taki sposób, aby zapewnić finansowanie bieżącej działalności oraz prowadzonych inwestycji przy wykorzystaniu środków własnych, kredytów bankowych, faktoringu i leasingu.

Potwierdzeniem pełnej zdolności do regulowania zobowiązań jest:

- generowanie dodatnich przepływów pieniężnych na działalności operacyjnej w kwocie około 5 mln zł w I półroczu 2016 roku,
- zmiany przeprowadzone w obszarze zewnętrznego finansowania w 2015 roku które pozwoliły m.in. na zmniejszenie kosztów finansowych,
- realizowanie przez Grupę części zakupów bez wykorzystania kredytu kupieckiego które uwarunkowane są uzyskaniem korzyści finansowych,

I półrocze 2016 roku jest kolejnym okresem zmniejszenia zobowiązań wynikających z kredytów oraz stabilizacji wskaźników płynności finansowej co pokazują poniższe wykresy:



W ocenie Zarządu brak zagrożeń które uniemożliwiłyby regulowanie zaciągniętych zobowiązań.

Analiza wskaźnikowa

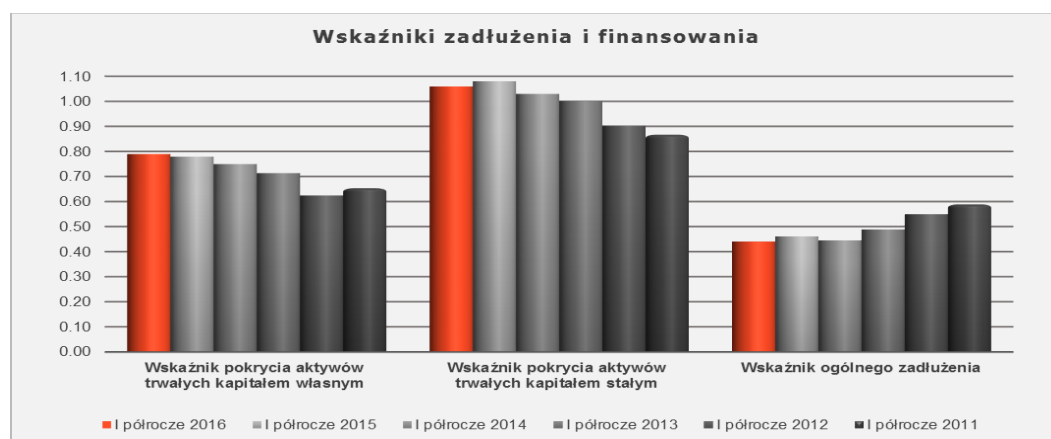
Analiza wskaźnikowa w zakresie oceny rentowności, płynności oraz zadłużenia wskazuje na dobrą sytuację finansową Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2016 roku w stosunku do okresów wcześniejszych w zakresie zyskowności, zdolności do regulowania zobowiązań oraz bezpieczeństwa finansowania działalności bieżącej i inwestycyjnej.

Poziom zyskowności i przepływów gotówkowych generowanych w Grupie pozwolił m.in. na: wypłacenie w 2016 roku dywidendy dla akcjonariuszy w kwocie 3,2 mln zł, przeprowadzenie szeregu inwestycji, zakup części surowca w atrakcyjnej cenie bez kredytu kupieckiego oraz zmniejszenie zadłużenia wobec instytucji finansowych (potwierdza to także kontynuacja poprawy wskaźników w obszarze płynności finansowej i zadłużenia).

Analiza wskaźnikowa wskazuje na dobrą sytuację finansową Grupy Makarony Polskie w I P 2016 roku w stosunku do okresów wcześniejszych w zakresie zyskowności, zdolności do regulowania zobowiązań oraz bezpieczeństwa finansowania działalności bieżącej i inwestycyjnej.

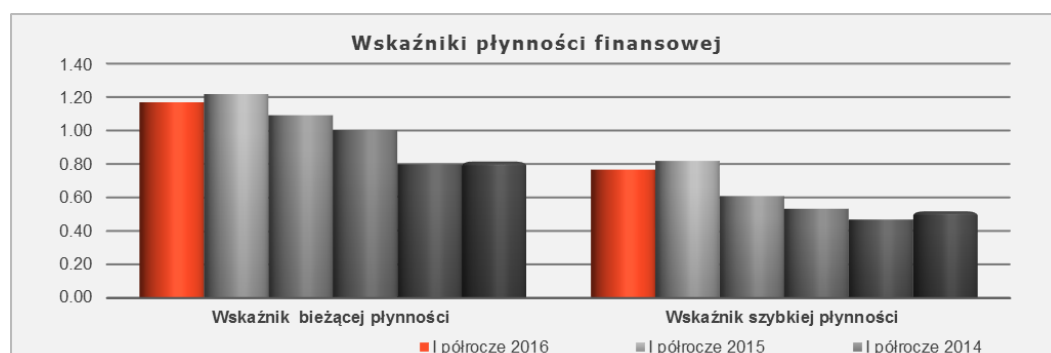
Wskaźniki zadłużenia oraz finansowania

Grupa Makarony Polskie	IP 2016	IP 2015	IP 2014	IP 2013	IP 2012	IP 2011
Wskaźnik pokrycia aktywów trwałych kapitałem własnym (Kapitały własne/Aktywa trwałe)	1.17	1.22	1.09	1.00	0.80	0.81
Wskaźnik pokrycia aktywów trwałych kapitałem stałym (Kapitały własne + Zobowiązania długoterminowe)/Aktywa trwałe)	0.77	0.82	0.61	0.53	0.47	0.52
Wskaźnik ogólnego zadłużenia (Zobowiązania ogółem/Suma aktywów)	0.79	0.78	0.75	0.71	0.62	0.65



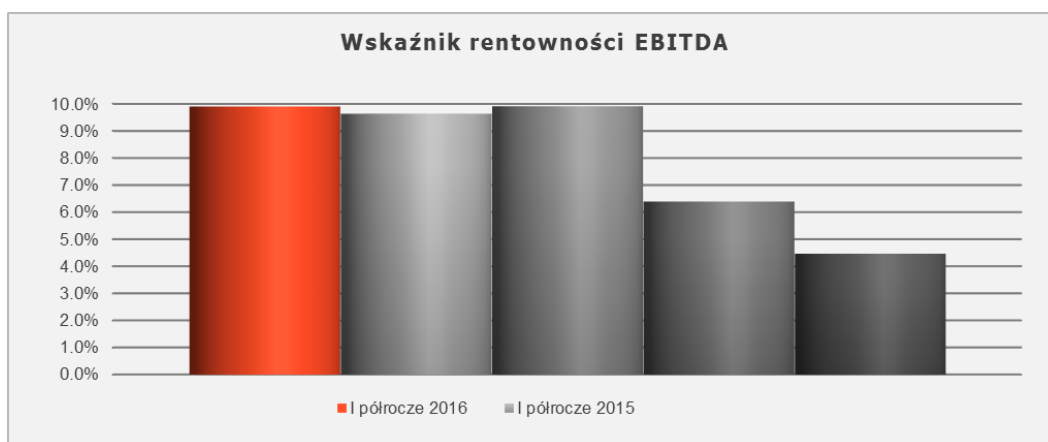
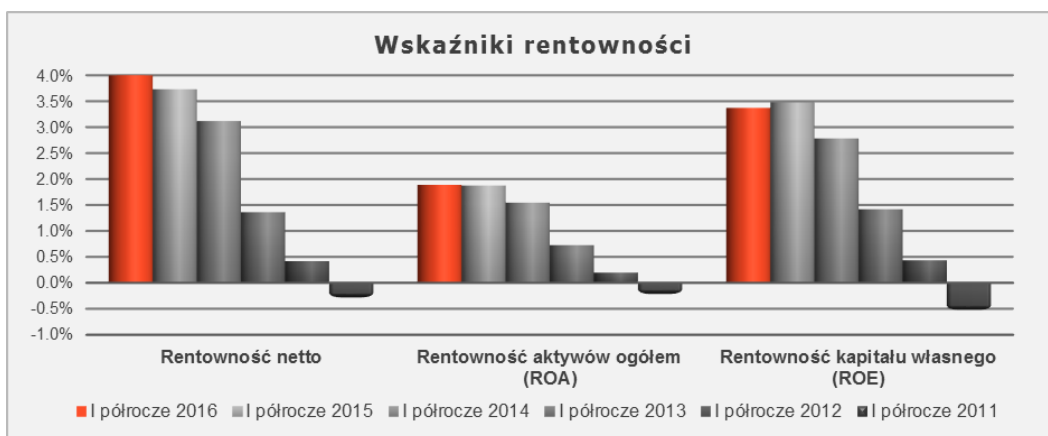
Wskaźniki płynności

Grupa Makarony Polskie	IP 2016	IP 2015	IP 2014	IP 2013	IP 2012	IP 2011
Wskaźnik bieżącej płynności (Aktywa obrotowe/Zobowiązania krótkoterminowe)	1.17	1.22	1.09	1.00	0.80	0.81
Wskaźnik szybkiej płynności (Aktywa obrotowe – Zapasy – Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe)/Zobowiązania krótkoterminowe)	0.77	0.82	0.61	0.53	0.47	0.52



Wskazniki rentowności

Grupa Makarony Polskie	IP 2016	IP 2015	IP 2014	IP 2013	IP 2012	IP 2011
Rentowność sprzedaży (Zysk (strata) brutto ze sprzedaży/Przychody netto ze sprzedaży)	22.21%	20.55%	22.71%	19.53%	17.54%	17.00%
Rentowność działalności operacyjnej (Zysk (strata) z działalności kontynuowanej /Przychody netto ze sprzedaży)	6.09%	6.19%	6.40%	3.17%	-0.04%	1.82%
Rentowność działalności gospodarczej (Zysk (strata) brutto /Przychody netto ze sprzedaży)	5.10%	4.95%	4.76%	1.32%	-1.48%	0.65%
Rentowność netto (Zysk (strata) netto/Przychody netto ze sprzedaży)	4.00%	3.73%	3.12%	1.36%	0.42%	-0.28%
Rentowność aktywów ogółem (ROA) (Zysk (strata) netto/Suma aktywów)	1.89%	1.87%	1.54%	0.73%	0.20%	-0.21%
Rentowność kapitału własnego (ROE) (Zysk (strata) netto/Kapitały własne)	3.37%	3.48%	2.78%	1.42%	0.43%	-0.52%
Rentowność EBITDA (EBITDA/Przychody netto ze sprzedaży)	9.90%	9.63%	9.91%	6.39%	4.46%	4.50%



Pozostałe informacje finansowe

Informacje o udzielonych pożyczkach

Na dzień 30 czerwca 2016 roku spółka Makarony Polskie SA udzielała spółce zależnej Stoczek Natura Sp. z o.o. pożyczki w kwocie 6,07 mln zł z terminem spłaty przypadającym na dzień 31 grudnia 2016 roku. Oprocentowanie pożyczki ustalone zostało w oparciu o warunki rynkowe.

W okresie I półrocza 2016 roku spółki Stoczek Natura Sp. z o.o. i MP Trade Sp. z o.o. nie udzielały pożyczek.

Informacje o udzielonych i otrzymanych gwarancjach

W trakcie roku obrotowego 2015 spółki Grupy nie udzielały gwarancji, a z gwarancji otrzymanych korzystała wyłącznie spółka dominująca Makarony Polskie SA. Zestawienie gwarancji obowiązujących na dzień 30 czerwca 2016 roku obrazuje poniższa tabela:

Gwarant	Kwota gwarancji	Termin ważności gwarancji	Przedmiot zabezpieczenia gwarancją	Zabezpieczenie
STU Ergo Hestia S.A	272 tys. zł	do 02.03.2018	gwarancja bankowa zabezpieczająca zobowiązania Spółki wynikające z umowy świadczenia usługi utrzymywania produktów zbożowych w ramach kontraktu z ARM	weksel własny in blanco wraz z deklaracją wekslową,
STU Ergo Hestia S.A	272 tys. zł	do 02.03.2018	gwarancja bankowa zabezpieczająca zobowiązania Spółki wynikające z umowy świadczenia usługi utrzymywania produktów zbożowych w ramach kontraktu z ARM	weksel własny in blanco wraz z deklaracją wekslową,
Gothaer TU SA	932 tys. zł	do 30.11.2017	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania Spółki wynikające z umowy świadczenia dostawy i usługi przechowania dań gotowych w ramach kontraktu z Agencją Rezerw Materiałowych	dwa weksle własne in blanco wraz z deklaracją wekslową

Informacje o udzielonych i otrzymanych poręczeniach

Spółki Makarony Polskie SA i MP Trade Sp. z o.o. w okresie I półrocza 2016 roku nie udzielały poręczeń.

W okresie I-VI 2016 roku spółka Stoczek Natura Sp. z o.o. udzielała poręczeń spółce dominującej Makarony Polskie SA, a ich stan na dzień 30 czerwca 2016 roku zaprezentowano poniżej:

Zobowiązania obce	Nazwa Wierzyciela	Wysokość poręczenia	Data zabezpieczenia	Data ważności	Stan zabezpieczonego zobowiązania na 31.12.2015
Poręczenie kredytu w rachunku bieżącym w wys. 5,0 mln zł	BZ WBK SA	7 500 tys. zł	18.10.2013	31.05.2019	1 058 tys. zł
Poręczenie kredytu inwestycyjnego w wys. 15,0 mln zł	BZ WBK SA	30 000 tys. zł	18.10.2013	30.09.2021	9 965 tys. zł
Poręczenie kredytu obrotowy nieodnawialny w rachunku kredytowym w wys. 5,0 mln zł	Bank BGK	5 000 tys. zł	30.06.2015	29.12.2018	4 000 tys. zł
Poręczenie kredytu otwartego w rachunku bieżącym w wys. 6,0 mln zł*	Bank BGK	6 000 tys. zł	14.06.2013	30.12.2016	3 782 tys. zł

* Po dacie bilansowej spółka Stoczek Natura Sp. z o.o. zawarła z Bankiem BGK aneks do umowy poręczenia kredytu w rachunku bieżącym spółki Makarony Polskie SA. Na mocy zawartego aneksu termin ważności zobowiązania przedłużony został do dnia 30 grudnia 2017 roku.

Spółka Stoczek Natura Sp. z o.o. otrzymała wynagrodzenie za poręczenia udzielone spółce dominującej Makarony Polskie SA.

Istotne transakcje zawarte przez Spółkę i jednostki zależne z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe

W I półroczu 2016 roku spółki Grupy Makarony Polskie nie zawierały między sobą istotnych transakcji na warunkach innych niż rynkowe.

W związku z utworzeniem pod koniec 2015 roku spółki MP Trade Sp. z o.o., która przejęła od Makarony Polskie SA m.in. zespoły handlowe działające w obszarze handlu nowoczesnego i handlu tradycyjnego oraz eksportu, pomiędzy spółkami Grupy funkcjonują umowy określające warunki współpracy w zakresie sprzedaży i dystrybucji produktów Grupy, dostosowane do nowej struktury Grupy. Wynagrodzenie z tytułu ww. umów nie odbiega od stosowanych na rynku.

▼ Pozycje pozabilansowe

Grupa Makarony Polskie (w tys. zł)	30 czerwca 2016	30 czerwca 2015
1. Aktywa warunkowe	1 477	1 477
- otrzymanych gwarancji i poręczeń	1 477	1 477
- zabezpieczenia na majątku	0	0
- weksli	0	0
2. Zobowiązania warunkowe	112 405	115 551
- z tytułu udzielonych gwarancji i poręczeń	0	0
- zabezpieczeń na majątku	80 750	80 750
- zobowiązań wekslowych	31 655	34 801
Pozycje pozabilansowe razem	-110 928	-114 074

Wartości otrzymanych gwarancji, zabezpieczeń, zobowiązań wekslowych, hipotek i innych zobowiązań pozabilansowych w powyższej tabeli zostały zaprezentowane w maksymalnych wartościach. W zestawieniu nieujęte są poręczenia pomiędzy podmiotami wewnątrz Grupy ze względu na brak wpływów na saldo pozycji pozabilansowych.

▼ Istotne postępowania toczące się przed sądem, w postępowaniu arbitrażowym lub przed organem administracji publicznej

W prezentowanym okresie sprawozdawczym przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej nie toczyły się istotne postępowania dotyczące zobowiązań i wierzytelności Spółki lub jednostki zależnej.

▼ Zdarzenia po dniu bilansowym mogące znacząco wpłynąć na wyniki finansowe

Po dniu bilansowym nie nastąpiły zdarzenia mogące znacząco wpłynąć na wyniki finansowe.

Wyniki finansowe spółki Makarony Polskie SA

Charakterystyka podstawowych wielkości ekonomiczno-finansowych spółki Makarony Polskie SA

Wybrane dane finansowe spółki Makarony Polskie SA za I półrocze 2016 roku, wyrażone w tysiącach złotych, przedstawiają się następująco:

Makarony Polskie SA (w tys. zł)	01.01.2016- 30.06.2016	01.01.2015- 30.06.2015
Przychody netto ze sprzedaży	55 483	61 132
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	46 316	50 514
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	9 167	10 618
Koszt własny	43 310	48 344
Koszty wytworzenia sprzedanych produktów i usług	34 475	38 198
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	8 835	10 146
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	12 173	12 788
Koszty sprzedaży	6 836	7 602
Koszty ogólnego zarządu	1 776	1 877
Pozostałe przychody	314	620
Pozostałe koszty	367	153
Zysk (strata) z działalności kontynuowanej	3 508	3 776
Przychody finansowe	184	306
Koszty finansowe	685	964
Zysk brutto	3 007	3 118
Podatek dochodowy- część bieżąca	266	0
Podatek dochodowy- część odroczone	403	734
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej	2 338	2 384
EBITDA (EBIT + amortyzacja)	5 154	5 291
Liczba akcji (w sztukach)	9 250 071	9 250 071
Średnia ważona liczba akcji (w sztukach) w okresie danego roku obrotowego	9 250 071	9 250 071
Zysk/strata na jedną akcję zwykłą (w zł) *	0,25	0,26
Wartość księgową na jedną akcję (w zł) **	7,20	7,00

* Zysk/strata netto na jedną akcję zwykłą = wynik netto/średnia ważona liczba akcji w okresie

** Wartość księgową na jedną akcję zwykłą = kapitały własne/liczba akcji na dany moment bilansowy

Wartość przychodów w I półroczu 2016 roku wyniosła 55,5 mln zł i była niższa o ok. 9,2% w stosunku do I półrocza 2015 roku. Największy spadek sprzedaży Spółka zanotowała

w segmencie produktów makaronowych - spadek 2,8 mln zł r/r wynikał głównie z zainstalowania nowych mocy produkcyjnych przez dotychczasowych odbiorców w kanale B2B oraz zakończeniem realizacji jednego z kontraktów agencyjnych. Koszt sprzedanych produktów usług, towarów i materiałów w I półroczu 2016 roku wyniósł ok. 43,3 mln zł (spadek o ok. 10,4%).

I półrocze 2016 roku Spółka Makarony Polskie zamknęła zyskiem brutto ze sprzedaży na poziomie 12,2 mln zł, z rentownością brutto ze sprzedaży na poziomie ok. 21,9% (vs. 20,9% za I półrocze 2015 rok).

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) w I półroczu 2016 roku wyniósł 3,5 mln zł w porównaniu do 3,8 mln zł w I półroczu 2015 roku. Rentowność działalności operacyjnej wyniosła 6,3% w stosunku do 6,2% w I półroczu 2015 roku.

Wynik na działalności finansowej (przychody finansowe minus koszty finansowe) uległ poprawie z -0,7 mln zł za I półrocze 2015 roku do -0,5 mln zł za I półrocze 2016 roku. Wpływ na poprawę wyniku na tym poziomie miała renegotjacja zapisów umów kredytowych i faktoringu w trakcie 2015 roku oraz obniżenie salda zadłużenia.

Zysk netto w I półroczu 2015 roku wyniósł 2,3 mln zł i jest na poziomie wyniku I półrocza 2015 roku. Rentowność sprzedaży liczona na poziomie zysku netto wyniosła 4,2% (vs. 3,9% za I półrocze 2015 roku).

Spółka Makarony Polskie wypracowała w I półroczu 2016 roku EBITDA na poziomie 5,2 mln zł. Rentowność EBITDA kształtowała się na poziomie 9,3% (vs. 8,7% za I półrocze 2015 roku).

Jednostkowe sprawozdanie z pozostałych całkowitych dochodów netto - zastosowanie rachunkowości zabezpieczeń

Makarony Polskie SA (w tys. zł)	01.01.2016- 30.06.2016	01.01.2015- 30.06.2015
Całkowite dochody netto	2 338	2 384
Zysk/strata z tyt. zastosowania rachunkowości zabezpieczeń	43	58
Całkowite dochody netto ogółem	2 381	2 442

Struktura aktywów i pasywów spółki Makarony Polskie SA

Makarony Polskie SA (w tys. zł)	30 czerwca 2016	31 grudnia 2015
AKTYWA TRWAŁE	77 416	76 558
Rzeczowe aktywa trwałe	50 535	49 540
Nieruchomości inwestycyjne	642	642
Wartość firmy	5 109	5 219
Inne wartości niematerialne	0	0
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	21 080	21 080
Pozostałe aktywa- długoterminowe	50	77
AKTYWA OBROTOWE	41 758	43 723
Zapasy	9 871	9 425
Należności krótkoterminowe	24 925	27 366
Należności z tytułu podatku dochodowego	0	0
Udzielone pożyczki	6 340	6 243
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	464	524
Pozostałe aktywa- krótkoterminowe	158	165
AKTYWA TRWAŁE PRZEZNACZONE DO ZBYCIA	0	0
SUMA AKTYWÓW	119 174	120 281

Makarony Polskie SA (w tys. zł)	30 czerwca 2016	31 grudnia 2015
KAPITAŁ WŁASNY	66 573	67 429
Kapitał podstawowy	27 750	27 750
Pozostałe kapitały	36 485	34 669
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	0	0
Zysk netto	2 338	5 010
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	23 880	25 383
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3 402	3 000
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	11 883	13 494
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	113	111
Przychody przyszłych okresów	7 333	7 531
Długoterminowe zobowiązania z tytułu umów leasingu finansowego	1 149	1 247
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	28 721	27 469
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	8 840	8 256
Krótkoterminowe zobowiązania finansowe	540	537
Zobowiązanie finansowe z tytułu dywidendy	3 238	0
Zobowiązanie z tytułu podatku dochodowego	49	0
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	15 493	18 047
Przychody przyszłych okresów	510	568
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	51	61
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	0	0
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	52 601	52 852
SUMA PASYWÓW	119 174	120 281

Na dzień 30 czerwca 2016 roku wartość aktywów trwałych wynosiła ok. 77,4 mln zł (65% aktywów ogółem) w porównaniu do stanu 76,6 mln zł na koniec 2015 roku (wzrost o 1,1% vs. koniec 2015 roku). Zmiana w ramach aktywów trwałych była wypadkową głównie inwestycji oraz amortyzacji (w I półroczu 2016 roku wyniosła 1,6 mln zł).

Aktywa obrotowe wynosiły na dzień 30 czerwca 2016 roku ok. 41,8 mln zł i spadły o ok. 4,5% w porównaniu do końca 2015 roku kiedy wynosiły 43,7 mln zł. Największy wpływ na zmianę w aktywach obrotowych miał spadek należności o ok. 2,4 mln zł, tj. o 8,9% w stosunku do końca 2015 roku, spowodowany głównie zmniejszeniem przychodów ze sprzedaży.

Kapitał własny na dzień bilansowy wynosił ok. 66,6 mln zł, stanowiąc ok. 55,9% wartości pasywów i zmniejszył się o 1,3% w porównaniu do wartości 67,4 mln zł na koniec 2015 roku. Główna zmiana spowodowana była przez przeznaczeniem części zysku netto za 2015 rok na dywidendę w wysokości 3,2 mln zł oraz skonsolidowany zysk za I półrocze 2016 roku w wysokości 2,3 mln zł.

Zobowiązania długoterminowe wynosiły 23,9 mln zł i spadły o 5,9% (z 25,4 mln zł) w porównaniu do stanu na koniec 2015 roku, głównie z powodu przeklasyfikowania części kredytów długoterminowych do zobowiązań krótkoterminowych w związku z wymagalnością rat w okresie poniżej jednego roku od dnia bilansowego.

Zobowiązania krótkoterminowe na dzień 30 czerwca 2016 roku wynosiły 28,7 mln zł i wzrosły w porównaniu do stanu na koniec 2015 roku wynoszącego 27,5 mln zł. Największe zmiany w ramach zobowiązań krótkoterminowych to zmniejszenia wartości pozycji pozostałe zobowiązania (spadek o ok. 2,6 mln zł, tj. ok. 14,2%) oraz wydzielenie pozycji zobowiązania z tytułu dywidendy (3,2 mln zł)

W pasywach ujęto wycenę transakcji instrumentu zabezpieczającego przed ryzykiem stóp procentowych (IRS), zawartą w związku zabezpieczeniem przepływów pieniężnych dla długoterminowej umowy kredytowej zawartej z bankiem BZ WBK SA.

Oświadczenia zarządu

Oświadczenie w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego

Zarząd Makarony Polskie SA z siedzibą w Rzeszowie oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, półroczne skrócone sprawozdanie finansowe Grupy Makarony Polskie – jednostkowe i skonsolidowane – za okres pierwszych 6 miesięcy roku obrotowego 2016, zakończony 30 czerwca 2016 roku i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki i Grupy Makarony Polskie oraz jej wynik finansowy.

Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki i Grupy Makarony Polskie za okres od 1 stycznia 2016 roku do 30 czerwca 2016 roku zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki i Grupy, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Oświadczenie w sprawie wyboru podmiotu uprawnionego do badania sprawozdania finansowego

Zarząd Makarony Polskie SA z siedzibą w Rzeszowie oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący przeglądu półrocznego skróconego sprawozdania finansowego – jednostkowego i skonsolidowanego – za okres pierwszych 6 miesięcy roku obrotowego 2016, kończący się 30 czerwca 2016 roku został wybrany zgodnie z przepisami prawa i jest nim firma: ReVision - Rzeszów Józef Król Sp. z o.o.

Podmiot ten oraz biegli rewidenci dokonujący przeglądu półrocznego skróconego sprawozdania finansowego – jednostkowego i skonsolidowanego – spełniali warunki do wydania bezstronnego i niezależnego raportu z badania zgodnie z właściwymi przepisami i standardami zawodowymi.

Zatwierdzenie sprawozdania finansowego

Niniejsze Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Makarony Polskie SA zostało zatwierdzone do udostępnienia przez Zarząd jednostki dominującej dnia 26 marca 2016 roku.

Zenon Daniłowski
Prezes Zarządu

Informacje o firmie



Makarony Polskie SA

z siedzibą w Rzeszowie
ul. Podkarpacka 15A; 35-082 Rzeszów

www.makarony.pl

Zarejestrowana w Sądzie Rejonowym w Rzeszowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w dniu 5 lipca 2004 roku pod nr 0000212001.

Kapitał akcyjny: 27 750 213 zł (opłacony w całości)

tel. 17 875 30 10; faks 17 875 30 20

Zapraszamy do kontaktu pod adresem e-mail:

relacje@makarony.pl

*Źródłem danych w niniejszym sprawozdaniu, o ile nie wskazano inaczej,
jest Grupa Makarony Polskie*