

Grupa Makarony Polskie zwiększa przychody ze sprzedaży i zysk

data aktualizacji: 2019.10.04



Przychody ze sprzedaży Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2019 roku wyniosły 80,1 mln zł i były o ok. 4,1 mln zł wyższe w stosunku do analogicznego okresu 2018 roku. Zysk netto w I półroczu 2019 roku wyniósł 3,5 mln zł i jest wyższy od wyniku w I półroczu 2018 roku o 0,3 mln zł (+9,8 proc.).

We wspomnianym okresie br. Grupa zanotowała EBITDA na poziomie ok. 8,2 mln zł, w porównaniu do wyniku ok. 7,4 mln zł w I półroczu 2018 roku co daje wzrost o 0,8 mln zł r/r tj. 10,2 proc.

Sprzedaż kategorii makaronów wzrosła w analizowanym okresie o ok. 8,8 mln zł do kwoty spowodowane pozyskaniem nowych kontraktów na produkcję dżemów pod markami sieciowymi oraz rozwojem sprzedaży suszu owocowego.

Sprzedaż przetworów mięsno-warzywnych spadła w analizowanym okresie o ok. 4,5 mln zł do kwoty 13,0 mln zł. Spadek w wysokości ok. 26 proc. (I półrocze 2019 roku vs. I półrocze 2018 roku) był wynikiem braku realizacji umowy na dostawę dań gotowych dla Krajowego Ośrodka Wsparcia

Rolnictwa (w I półroczu 2018 roku realizowany był jednorazowy kontrakt). W tej kategorii Grupa zanotowała wzrost sprzedaży pod markami własnymi oraz sieci handlowych (+2,9 mln zł r/r), ale nie pozwoliło to w pełni zrekomensować braku realizacji kontraktu dla KOWR.

Sprzedaż w segmencie przetworów warzywnych i farszy spadła w analizowanym okresie o ok. 0,3 mln zł do kwoty ok. 1,1 mln zł. Spadek był wynikiem ograniczenia zamówień w zakresie farszy przez jednego z odbiorców.

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 I półroczu 2019 roku wartość sprzedaży wyniosła 73,53 mln zł na rynku krajowym i 6,57 mln zł w eksporcie. W analogicznym okresie 2018 roku wielkości te wyniosły odpowiednio 72,37 mln zł i 3,64 mln zł.

W I półroczu 2019 roku spółka Makarony Polskie SA uruchomiła w zakładzie produkcyjnym w Rzeszowie linię do produkcji makaronu walcowanego w szerokim zakresie form m.in. gniazda, tagliatelle i papardelle,

Grupa Makarony Polskie w I półroczu 2019 roku była w trakcie realizacji wielu projektów inwestycyjnych m.in. w zakładzie produkcyjnym w Rzeszowie utworzenie Centrum B&R gdzie będą prowadzone prace nad innowacyjnymi produktami o cechach prozdrowotnych, które docelowo wzbogacą ofertę produktową Spółki oraz w zakładzie produkcyjnym spółki Stoczek Natura projekt wdrożenia innowacyjnych rozwiązań poprzez modernizację linii do produkcji dań gotowych w słoikach i puszkach oraz wprowadzenie do oferty firmy nowych, innowacyjnych produktów na tackach.

Firma zakończyła także inwestycje, które pozwolą na rozszerzenie oferty np. w II półroczu 2019 roku spółka Stoczek Natura wprowadzi do oferty kilka linii dań gotowych na tackach: kuchnie świata, regionalna i vege/fit - wpłynie na osiągnięte wyniki w kolejnych okresach oraz umocni pozycję rynkową Grupy Makarony Polskie jako producenta innowacyjnych, wysokojakościowych i smacznych produktów.

Grupa Makarony Polskie składa się z trzech spółek: Makarony Polskie SA, Stoczek Natura oraz 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, wytwarzane na bazie mąki durum i mąki z pszenicy zwyczajnej. W swoim portfolio spółka posiada również produkty odpowiadające na trendy żywności prozdrowotnej np. makarony z mąk rzadziej stosowanych np. orkisz, gryka, żyto oraz produkty BIO. Ofertę produktów urozmaicają makarony smakowe (np. ze szpinakiem i czosnkiem, papryką chili, lubczykiem, pietruszką i koperkiem), duże formy makaronu przeznaczone do nadziewania oraz makarony warzywne produkowane z roślin strączkowych takich jak: ciecierzycza, czerwona soczewica i zielony groszek. Podstawowe oferowane marki makaronów to Makarony Polskie, Sorenti i Abak (bibrand z Makarony Polskie).

Stoczek Natura Sp. z o.o. jest producentem przetworów mięsno-warzywnych (dania gotowe, pasztety, smalce konserwy), przetworów warzywnych (sałatki, marynaty, farsze piekarnicze), przetworów owocowych (dżemy, syropy, powidła, nadzienia cukiernicze) oferowanych pod markami Stoczek, Tenczynek i Męska Rzecz, a także suszu owocowo-warzywnego oferowanego pod marką DeliSusz.

MP Trade Sp. z o.o. rozwija handel na własny rachunek towarami obcymi polskich i zagranicznych

producentów. W 2018 roku działalność spółki koncentrowała się na pośrednictwie sprzedaży produktów marki Tenczynek oraz sprzedaży pod marką własną Novelle produktów kupowanych od zewnętrznych dostawców. Przyjęty model biznesowy Spółki jest obecnie często spotykany na rynku. W tym modelu główną wartością kreującą wartość Spółki jest wzrost wartości marki, a produkcja jest kontraktowana na zewnątrz.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/grupa-makarony-polskie-zwieksza-przychody-ze-sprze,57461>