



Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2025 roku



Rzeszów, 30 września 2025 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	8
Makarony Polskie SA na rynku kapitałowym	11
Działalność Grupy Makarony Polskie	15
Główne produkty i usługi	15
Otoczenie rynkowe	21
Znaczące umowy	25
Czynniki istotne dla rozwoju Grupy	26
Sytuacja finansowa	40
Omówienie wyników Grupy	40
Segmenty operacyjne Grupy	42
Struktura aktywów i pasywów Grupy	44
Pozostałe informacje finansowe	46
Wyniki finansowe spółki Makarony Polskie SA	50
Oświadczenia zarządu	54
Oświadczenie w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego	54
Zatwierdzenie sprawozdania finansowego	54
Informacje o firmie	55

W I półroczu 2025 roku Grupa Makarony Polskie osiągnęła całkowite przychody ze sprzedaży na poziomie ok. 149,0 mln zł, zysk netto na poziomie ok. 12,2 mln zł, zaś EBITDA osiągnęła poziom ok. 22,5 mln zł.

Wprowadzenie



Szanowni Państwo,

Drodzy Akcjonariusze,

Przedkładam Państwu Sprawozdanie Grupy Makarony Polskie za I półrocze 2025 roku.

Nasza Grupa osiągnęła w okresie sprawozdawczym całkowite skonsolidowane przychody ze sprzedaży na poziomie ok. 149,0 mln zł, zysk netto na poziomie ok. 12,2 mln zł, zaś EBITDA osiągnęła poziom ok. 22,5 mln zł.

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, 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 mąki: orkiszowej, gryczanej, żytniej. Ofertę produktów urozmaicają duże formy makaronu przeznaczone do nadziewania oraz makarony warzywne produkowane z roślin strączkowych takich jak: ciecierzycy, czerwona soczewica i zielony groszek. Spółka ma duże możliwości powiększania asortymentu makaronów z mąk rzadkich jak np. z roślin strączkowych i w tym kierunku będzie rozwijane portfolio. 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), owocowych (dżemy, powidła) oferowanych pod markami Stoczek, Męska Rzecz, a także dań gotowych na tackach i w miseczkach oferowanych pod marką SoFood.



MP Trade Sp. z o.o. rozwija handel na własny rachunek towarami obcymi polskich i zagranicznych producentów. Spółka rozwija się w dwóch obszarach. Pierwszy obszar działalności spółki to sprzedaż pod marką własną Novelle produktów kupowanych od zewnętrznych dostawców oraz na udzielaniu licencji na markę Novelle spółce Makarony Polskie SA w zakresie produkcji

makaronu warzywnego oraz innych towarów produkowanych w ramach Grupy Makarony Polskie. Spółka prowadzi także import surowców, które są wykorzystywane na potrzeby Grupy. Przyjęty przez spółkę model biznesowy kreuje jej wartość poprzez wzrost wartości marki z jednej strony, a z drugiej strony rozwija możliwości w zakresie importu surowców (produkcja jest kontraktowana na zewnątrz).

Zmiany w organizacji Grupy Makarony Polskie w okresie sprawozdawczym

W trakcie I półrocza 2025 roku 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 są na zasadach i warunkach rynkowych.



Zmiany w składzie organów zarządzających i nadzorujących

Skład osobowy Rady Nadzorczej

W okresie od 1 stycznia 2025 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Rada Nadzorcza działała w składzie:

- Roman Sobiecki – Przewodniczący Rady Nadzorczej (członek zależny),

- Ahmed Khalil – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej (członek zależny),
- Dorota Podedworna-Tarnowska – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny),
- Marek Rocki – Członek Rady Nadzorczej (członek zależny),
- Michał Słomkowski – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny),
- Wiesław Wasilewski – Członek Rady Nadzorczej (członek zależny).

KOMITET AUDYTU

W okresie od 1 stycznia 2025 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Komitet Audytu Rady Nadzorczej działał w składzie:

- Dorota Podedworna-Tarnowska – Przewodnicząca Komitetu Audytu (członek niezależny),
- Michał Słomkowski – Członek Komitetu Audytu (członek niezależny),
- Wiesław Wasilewski – Członek Komitetu Audytu (członek zależny).

Zgodnie z wymogami prawa członkowie Komitetu Audytu posiadają wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych oraz wiedzę i umiejętności z zakresu branży, w której działa Spółka.

Skład osobowy Zarządu

W okresie od 1 stycznia 2025 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki działa w składzie jednoosobowym. Funkcję Prezesa Zarządu pełni Zenon Daniłowski.

W trakcie okresu sprawozdawczego, w dniu 26 maja 2025 roku, w związku z końcem XI kadencji Zarządu Spółki, Rada Nadzorcza Makarony Polskie SA postanowiła, że Zarząd XII kadencji będzie jednoosobowy, a funkcję Prezesa Zarządu powierzyła ponownie Panu Zenonowi Daniłowskiemu. Uchwała Rady Nadzorczej weszła w życie z dniem odbycia Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe Spółki za rok obrotowy 2024, tj. z dniem 26 czerwca 2025 roku.

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania funkcję prokurentów w Spółce pełnią:

- Grażyna Kozielec – od dnia 31 maja 2012 roku
- Beata Majewska – od dnia 31 maja 2012 roku
- Witold Żarek – od dnia 4 marca 2013 roku
- Marcin Zieliński – od dnia 19 listopada 2019 roku
- Artur Woźniak – od dnia 15 września 2021 roku.

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

▼ 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

Stoczek Natura Sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku i dzień publikacji niniejszego sprawozdania zarząd spółki zależnej Stoczek Natura Sp. z o.o. funkcjonował w składzie:

- Adam Ławnik – Prezes Zarządu,
- Jerzy Krzyżowski – Wiceprezes Zarządu.

Funkcję Prokurenta w spółce Stoczek Natura Sp. z o.o. pełni:

- Alicja Hinz – od dnia 05 października 2001 roku.

Udzielona prokura ma charakter łączny – prokurent może reprezentować Spółkę tylko współdziałając łącznie z innym prokurentem lub członkiem Zarządu.

MP Trade Sp. z o.o.

W okresie od 1 stycznia 2025 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania zarząd spółki zależnej MP Trade Sp. z o.o. funkcjonował w składzie:

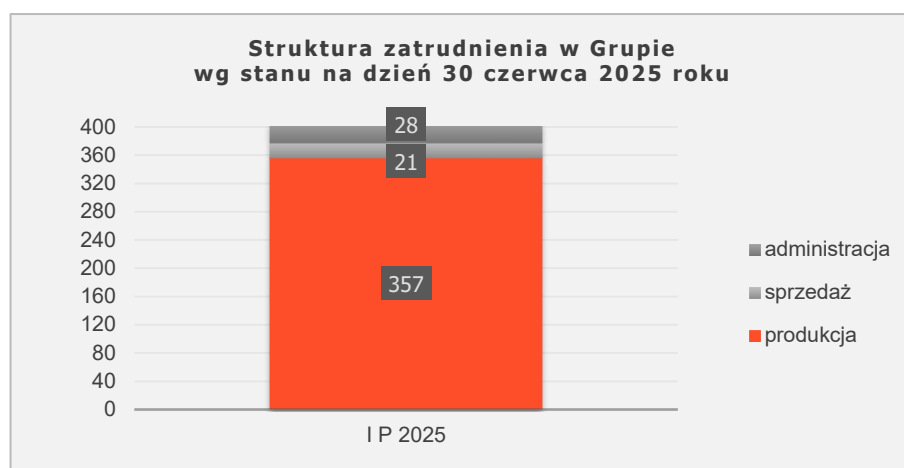
- Marcin Zieliński – Prezes Zarządu.

Spółka MP Trade Sp. z o.o. nie powoływała prokurentów.

Pracownicy

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

Stan zatrudnienia na dzień 30 czerwca 2025 roku w Grupie Makarony Polskie wyniósł łącznie 406 osób (vs. 407 osób na koniec I półrocza 2024 roku).



Polityka personalna Grupy Makarony Polskie ukierunkowana jest na utrzymanie wysokiej klasy specjalistów i menadżerów, którzy dzięki swojej wiedzy, doświadczeniu i zaangażowaniu zapewniają najwyższy poziom realizacji поставionych przed nimi celów biznesowych Grupy, gwarantując tym samym stałe doskonalenie organizacji oraz podnoszenie jakości oferowanych produktów i świadczonych usług.

Celem zapewnienia optymalnego poziomu realizacji zadań i celów, Grupa Makarony Polskie podejmuje kroki w kierunku efektywnego planowania zasobów ludzkich, jeszcze przed wystąpieniem rzeczywistego zapotrzebowania w tym zakresie. Grupa wdrożyła i prowadzi, przy ścisłym współudziale szefów poszczególnych jednostek organizacyjnych, systematyczną identyfikację przyszłych potrzeb kadrowych oraz programy szkoleniowe i rozwojowe dla pracowników mające na celu nabycie przez nich właściwych, niezbędnych dla organizacji kompetencji.

Przyjęty w Grupie motywacyjny system wynagrodzeń zakłada, że pracownicy otrzymują wynagrodzenie składające się z części stałej (wynagrodzenie zasadnicze) oraz części zmiennej (obejmującej premie i nagrody) przyznawanej w zależności od wkładu pracy, zaangażowania oraz poziomu realizacji celów/zadań stawianych przed pracownikami przez ich przełożonych.

Grupa Makarony Polskie dokłada wszelkiej staranności, aby przeprowadzane procesy rekrutacyjne cechowały się rzetelnością i przejrzystością, będąc jednocześnie skutecznymi z punktu widzenia Grupy. Podejmując decyzje o nawiązaniu współpracy z kandydatami, spółki Grupy kierują się jasno określonymi kryteriami selekcji, takimi jak m.in. doświadczenie zawodowe, staż pracy w zawodzie, posiadane wykształcenie stosownie do zakresu powierzanych zadań. Grupa zatrudnia zarówno kobiety, jak i mężczyzn w różnym przedziale wiekowym, biorąc pod uwagę ocenę spełnienia przez kandydatów kryteriów merytorycznych oraz stara się zapobiegać jakimkolwiek formom dyskryminacji.

Grupa chętnie bierze udział w różnego rodzaju programach stażowych skierowanych do studentów i absolwentów, doceniając wartość i kompetencje ludzi młodych,

ich entuzjazm i kreatywność. Umożliwia również odbywanie praktyk zawodowych uczniom szkół średnich i studentom szkół wyższych. Ponadto realizuje staże finansowane ze środków Unii Europejskiej i Powiatowych Urzędów Pracy dla osób bezrobotnych.

wg. kryterium wieku i płci	Struktura zatrudnienia pracowników Grupy na dzień 30 czerwca 2025 roku		
	kobiety	mężczyźni	razem
18-29	9	21	30
30-49	127	103	230
50+	88	58	146

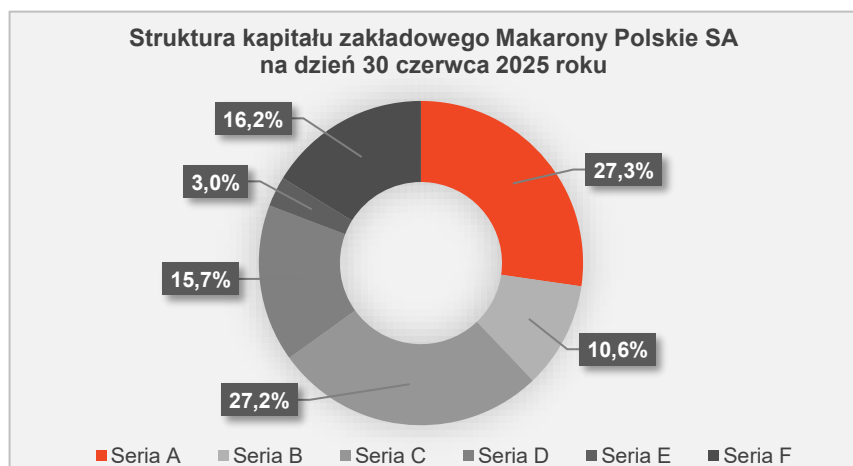
Kapitał akcyjny

Kapitał zakładowy Makarony Polskie SA:

- wysokość kapitału zakładowego 33 120 213 zł,
- łączna liczba akcji 11 040 071 akcji,
- ogólna liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu 11 040 071 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,
- 1 790 000 akcji zwykłych na okaziciela serii F.



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)

Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne, co najmniej 5% głosów w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień sporządzenia sprawozdania (zgodnie z posiadanymi informacjami):

Akcjonariusz	Akcje w kapitale zakładowym		Głosy na Walnym Zgromadzeniu	
	liczba	udział%	liczba	udział%
Pan Zenon Daniłowski i podmioty z Grupy PGS, w tym:	3 641 594	32,99%	3 641 594	32,99%
<i>Praska Giełda Spożywcza SA (dawniej: Agro-Technika SA)</i>	3 380 000	30,62%	3 380 000	30,62%
<i>Zenon Daniłowski</i>	140 000	1,27%	140 000	1,27%
<i>Polskie Smaki Sp. z o.o.</i>	121 594	1,10%	121 594	1,10%
Raya Holding for Technology & Communications S.A.E., w tym:	3 254 706	29,48%	3 254 706	29,48%
<i>Madova Sp. z o.o.</i>	3 254 706	29,48%	3 254 706	29,48%
Fundacja Rodzinna Słomkowscy w organizacji	1 169 750	10,60%	1 169 750	10,60%
Akcje własne nabyte i zatrzymane przez Spółkę	139 572	1,26%	139 572	1,26%
Pozostali akcjonariusze	2 834 449	25,67%	2 834 449	25,67%
RAZEM	11 040 071	100,00%	11 040 071	100,00%

Spółka nie posiada informacji, które wskazywałyby na zmiany w liczbie akcji, posiadanych przez znaczących akcjonariuszy (posiadających pakiety akcji powyżej 5%) w trakcie okresu sprawozdawczego oraz w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania.

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 firmy Makarony Polskie SA będąca w posiadaniu Członków Zarządu na dzień sporządzenia sprawozdania:

Członek Zarządu	IP 2025		rok 2024	
	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 i Polskie Smaki Sp. z o.o., które również posiadają akcje Spółki; łączny stan posiadania na dzień publikacji niniejszego raportu wynosi 3 641 594 akcje o wartości 10 924 782 zł i nie zmienił się w stosunku do stanu posiadania wykazanego na dzień publikacji raportu okresowego za rok obrotowy 2024.

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami, w trakcie okresu sprawozdawczego i w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania nie zaszły zmiany w stanie posiadania akcji bezpośrednio 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	IP 2025		rok 2024	
	liczba akcji	wartość nominalna	liczba akcji	wartość nominalna
Ahmed Khalil	0	0	0	0
Dorota Podedworna-Tarnowska	0	0	0	0
Marek Rocki	0	0	0	0
Michał Słomkowski	0	0	0	0
Roman Sobiecki	0	0	0	0
Wiesław Wasilewski	29 012	87 036	26 782	80 346

Zgodnie z posiadanymi przez Spółkę informacjami, w trakcie okresu sprawozdawczego i w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania nie zaszły inne zmiany w stanie posiadania akcji przez Członków Rady Nadzorczej.

W 2025 roku Spółka wypłaciła dywidendę w wysokości 0,75 zł brutto na jedną akcję, co daje kwotę 8,2 mln zł.

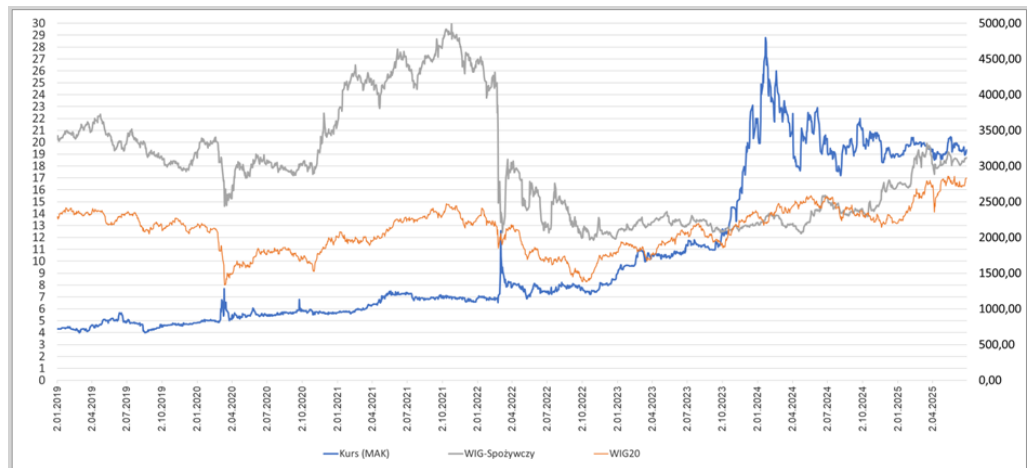
▼ Udziały w jednostkach zależnych

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

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.



	2015-01-02	2017-01-02	2019-01-02	2021-01-04	2023-01-02	2024-01-02	2025-06-30	Zmiana od 2015-01-02
Makarony Polskie SA	6,03	6,45	4,40	5,70	9,00	22,00	19,34	+221%
WIG20	2 309	1 957	2 302	2 009	1 795	2 344	2832,22	+23%
WIG-Spożywczy	2 452	4 195	3 447	3 716	2 077	2 208	3119,87	+27%

▼ Informacja nt. dywidendy w Makarony Polskie SA

W okresie I półrocza 2025 spółka Makarony Polskie SA nie wypłacała dywidendy.

W 2025 roku Zarząd Spółki zarekomendował Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu, aby zysk netto za okres od 1 stycznia 2024 roku do 31 grudnia 2024 roku, w wysokości 26 149 740,37 zł podzielić w następujący sposób:

- wypłacić akcjonariuszom dywidendę w wysokości 0,75 zł brutto na jedną akcję,
- pozostałą część zysku przeznaczyć na kapitał zapasowy Spółki.

Zgodnie z art. 382 §3 Kodeksu spółek handlowych niniejsza rekomendacja została przedstawiona przez Zarząd do wiadomości Radzie Nadzorczej i uzyskała pozytywną opinię Rady Nadzorczej.

W dniu 26 czerwca 2025 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Makarony Polskie SA podjęło uchwały o zatwierdzeniu sprawozdań finansowych za rok obrotowy 2024 i podziale zysku netto. Decyzją Walnego Zgromadzenia zysk netto za okres od 1 stycznia 2024 roku do 31 grudnia 2024 roku podzielony został zgodnie z rekomendacją Zarządu, tj. w następujący sposób:

- na wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy przeznaczono kwotę 0,75 zł brutto na jedną akcję,
- pozostałą część zysku przeznaczono na kapitał zapasowy Spółki.

Dzień dywidendy ustalony został na 7 lipca 2025 roku. Dywidenda została wypłacona w dniu 17 lipca 2025 roku. Do dywidendy uprawnionych było 10 900 499 akcji Spółki.

Z dywidendy wyłączone zostało 139 572 akcje, które Spółka nabyła w ramach Programu Skupu Akcji Własnych prowadzonego przez Makarony Polskie SA w granicach i na podstawie upoważnienia udzielonego Zarządowi przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie uchwałą nr 26 z dnia 24 czerwca 2024 roku w sprawie upoważnienia Zarządu Spółki do nabywania akcji własnych, które nie zostały przez Spółkę zbyte do dnia dywidendy.

Zarząd Makarony Polskie SA postanowił, że w kolejnych latach obrotowych również 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.

Wykorzystanie wpływów z emisji

W okresie od 1 stycznia 2025 roku do dnia przekazania niniejszego sprawozdania Spółka nie przeprowadzała emisji akcji.

Upoważnienie dla Zarządu do nabycia akcji własnych Makarony Polskie SA

W dniu 24 czerwca 2024 roku Walne Zgromadzenie Spółki, w odpowiedzi na wniosek zgłoszony przez Zarząd Spółki, uchwałą nr 26, podjęło decyzję o upoważnieniu Zarządu Spółki do nabywania akcji zwykłych na okaziciela Makarony Polskie SA, o wartości nominalnej 3,00 zł każda, notowanych na rynku podstawowym Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie SA, tj. rynku oficjalnych notowań giełdowych.

Zgodnie z decyzją Walnego Zgromadzenia Spółka uprawniona jest do nabycia Akcji własnych, w pełni pokrytych, przy czym maksymalna liczba akcji własnych, które Spółka może nabyć wynosi 1 000 000 akcji, z zastrzeżeniem, iż łączna wartość nominalna nabywanych akcji, wraz z wartością nominalną pozostałych akcji, które nie zostały przez Spółkę zbyte, nie może przekroczyć 20% kapitału zakładowego Spółki. Akcje będą nabywane w szczególności w celu: umorzenia, dalszej odsprzedaży lub zamiany.

Udzielone upoważnienie obejmuje okres 5 lat od dnia podjęcia Uchwały Walnego Zgromadzenia, nie dłużej jednak niż do chwili wykorzystania kapitału rezerwowego utworzonego w celu nabywania akcji własnych

Zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia cena zapłaty za jedną akcję wynosić będzie od 6,00 zł do 25,00 zł, a łączna maksymalna wysokość zapłaty za nabywane akcje będzie nie większa niż wysokość kapitału rezerwowego utworzonego w tym celu.

Termin rozpoczęcia i zakończenia nabywania akcji własnych, a także zasady i warunki nabywania akcji własnych nieokreślone w Uchwale Walnego Zgromadzenia, Zarząd każdorazowo zobowiązany jest przekazać do publicznej wiadomości, zgodnie z art. 56 Ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o ofercie publicznej (...) oraz zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 roku w sprawie nadużyć na rynku (...).

Walne Zgromadzenie upoważniło Zarząd do podjęcia wszelkich czynności faktycznych i prawnych, niezbędnych do nabycia akcji własnych zgodnie z podjętą Uchwałą oraz określenia pozostałych zasad i warunków nabycia Akcji własnych, w zakresie nieuregulowanym Uchwałą.

Na potrzeby przeprowadzenia nabycia akcji własnych przez Spółkę, na podstawie i w granicach upoważnienia udzielonego Zarządowi, utworzony został kapitał rezerwowy w wysokości 25,0 mln zł. Utworzenie kapitału rezerwowego nastąpiło poprzez przeniesienie kwoty 25,0 mln zł z kapitału zapasowego Spółki.

Zgodnie z uchwałą Walnego Zgromadzenia, Zarząd, kierując się interesem Spółki, może po zasięgnięciu opinii Rady Nadzorczej zakończyć nabywanie akcji własnych przed końcem trwania upoważnienia, a także za zgodą Walnego Zgromadzenia, zrezygnować z nabycia akcji własnych w części lub w całości, z zastrzeżeniem że informację o tych decyzjach Zarząd zobowiązany jest podać do publicznej wiadomości w sposób określony w Ustawie o ofercie oraz w Rozporządzeniu.

Skup akcji własnych przez Spółkę

W dniu 9 września 2024 roku, Zarząd Spółki działając w granicach i na podstawie upoważnienia udzielonego przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie uchwałą nr 26 z dnia 24 czerwca 2024 roku w sprawie upoważnienia Zarządu Spółki do nabywania akcji własnych przyjął Regulamin Programu Skupu Akcji Własnych Makarony Polskie SA (opublikowany raportem bieżącym nr 14/2024 z dnia 9 września 2024 roku) i zawarł z firmą inwestycyjną Trigon Dom Maklerski SA ramową Umowę skupu akcji własnych Spółki w ilości 1 000 000 sztuk przez okres do dnia 30 czerwca 2026 roku po cenie nie niższej niż 6,00 zł oraz nie wyższej niż 20,00 zł za jedną akcję, na rynku oficjalnych notowań giełdowych prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie SA, w wyniku składania zleceń maklerskich.

W okresie od momentu rozpoczęcia przez Zarząd programu skupu akcji własnych do dnia publikacji niniejszego raportu, Zarząd złożył w Domu Maklerskim Trigon SA trzy zlecenia maklerskie:

1. pierwsze zlecenie z dnia 9 września 2024 roku skupu akcji własnych w ilości do 1 000 000 sztuk, przez okres do dnia 8 grudnia 2024 roku;
2. drugie zlecenie z dnia 9 grudnia 2024 roku skupu akcji własnych w ilości do 963 734 sztuk, przez okres do dnia 9 marca 2025 roku;
3. trzecie zlecenie z dnia 10 marca 2025 roku skupu akcji własnych w ilości do 907 349 sztuk, przez okres do dnia 8 czerwca 2025 roku.

W wyniku transakcji przeprowadzonych w ramach skupu akcji własnych, Spółka nabyła i posiada łącznie 139 572 akcje własne Makarony Polskie SA, stanowiące ok. 1,26% kapitału akcyjnego Spółki oraz ok. 1,26% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Akcje nabyte w ramach dotychczasowego skupu kosztowały 2,7 mln zł, średnia cena (arytmetyczna) to 19,42 zł za 1 akcję własną nabytą w ramach skupu.

W trakcie okresu sprawozdawczego tj. od dnia 1 stycznia 2025 roku do 8 czerwca 2025 roku Spółka nabyła i posiada łącznie 86 903 akcje własne Makarony Polskie SA, stanowiące ok. 0,79% kapitału akcyjnego Spółki oraz ok. 0,79% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Akcje nabyte w ramach skupu prowadzonego w okresie sprawozdawczym kosztowały 1,7 mln zł, średnia cena (arytmetyczna) to 19,49 zł za 1 akcję własną nabytą w ramach skupu.

Celem nabycia akcji własnych przez Spółkę jest ich umorzenie, dalsza odsprzedaż, zamiana lub inny cel, pod warunkiem zgodności takiego celu z Uchwałą nr 26 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 24 czerwca 2024 roku oraz art. 362 § 8 Kodeksu spółek handlowych, w zależności od potrzeb Spółki.

Działalność Grupy Makarony Polskie

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, oferowane jako b-brand z marką Abak), jak i makarony tłoczone, produkowane z mąki z pszenicy zwyczajnej i mąki z pszenicy twardej (durum). Oferta obejmuje siedem najpopularniejszych form mających szerokie zastosowanie w kuchni.



W grupie makaronów bezjajecznych oferowana jest linia produktów premium Kuchnie Świata. Są to produkty wytwarzane z najlepszej jakości mąk z pszenicy durum. Produkowane są na matrycach z brązu dzięki czemu mają porowatą i chropowatą powierzchnię gwarantującą lepsze utrzymanie się sosu. W ofercie znajdują się typowo włoskie kształty, idealne do zapiekania i nadziewania: Duże Muszle, Duże Świdry, Paccheri, Bucatini, Radiatori, Casarecce i Tagliatelle.



W I półroczu 2025 roku linia Kuchnie Świata została poszerzona o kolejne formy, tj. Cannelloni i Lasagne.

ABAK – marka oferująca makarony skierowane do konsumentów szukających produktów ekonomicznych, w dobrej cenie. Od 2022 roku obejmuje linię makaronów jajecznych w gramaturze 200g, a w IV kwartale 2024 r. również w opakowaniach XXL (600g). Produkty te odnoszą się do tradycyjnej receptury i domowej



kuchni. W portfolio marki znajdują się makarony z dodatkiem jaj kurzych i przepiórczych w dwóch najbardziej popularnych formach, tj. krajaneczka i wstążki.

Ambicją Grupy jest, aby brandy Makarony Polskie i Abak, stały się narzędziem do uporządkowania rozdrobnionej obecnie półki średniej, umiejscowionej tuż poniżej lidera i przejęcia udziałów, które obecnie posiadają bardzo liczni drobni producenci.

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 twardoziarnistej pszenicy durum.

Na rynku krajowym marka Sorenti funkcjonuje głównie w kanale nowoczesnym oraz HoReCa. 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.



NOVELLE – marka Novelle, jest znakiem towarowym zarejestrowanym w polskim Urzędzie Patentowym przez spółkę MP Trade Sp. z o.o.

Novelle to brand aspiracyjny, skierowany do konsumentów skłonnych do kulinarnych eksperymentów, dedykowany innowacyjnej linii produktów odpowiadających na trendy żywieniowe mocno osadzone w kuchni roślinnej. Ambicją Grupy jest, aby była to marka kreująca trendy w kategorii produktów innowacyjnych, alternatywnych w stosunku do produktów opartych o tradycyjne receptury.

Pod marką Novelle oferowane są makarony z mąk pozyskanych z roślin strączkowych, tortellini w różnych smakach, makaron wysokobiałkowy oraz makarony funkcjonalne o charakterze dietetycznym i prozdrowotnym.

Linia makaronów strączkowych to idealna alternatywa dla tych konsumentów, którzy chcą dodać warzywa do swojej diety. To produkty 100% vege (potwierdza to certyfikacja znakiem V-Label Vegan), wysokobiałkowe, bezglutenowe. Są mniej kaloryczne od tradycyjnych, pszennych makaronów dzięki wysokiej zawartości protein i błonnika



oraz niskiej zawartości węglowodanów. Są bardzo wygodne w użyciu, ponieważ przygotowuje się je znacznie szybciej i łatwiej niż warzywa, z których pochodzą.

Linia makaronów tortellini, czyli małych włoskich pierożków wykonanych z mąki z pszenicy durum z dodatkiem jaj, wypełnionych różnorodnym farszem, doskonale sprawdzi się jako dodatek do zup i sałatek, lub jako danie główne. Tortellini Novelle zyskały w ostatnim czasie nowe opakowania i nowe smaki. Są specjalnie produkowane we Włoszech, aby oddać ich unikalny smak i jakość. Obecnie w portfolio znajduje się 5 SKU, w gramaturze 250g, w wygodnych foliowych opakowaniach. Przygotowane są bez dodatku konserwantów i oleju palmowego.



Od 2022 roku marka Novelle systematycznie poszerzana jest o makarony o charakterze dietetycznym i prozdrowotnym.

W ofercie znajdują się makarony produkowane ze 100% mąki orkiszowej, 100% mąki żytniej oraz 100% mąki pełnoziarnistej (makarony razowe).



Portfolio brandu Novelle uzupełnia linia makaronów funkcjonalnych z dodatkiem mikro i makro elementów. Receptury tych makaronów zostały wypracowane przez specjalistów z Centrum B&R Spółki we współpracy z jednostkami naukowymi: Uniwersytetem Rzeszowskim i Uniwersytetem Przyrodniczym Poznaniu. Ich rolą jest nie tylko zaspokajanie głodu, ale również wsparcie organizmu ludzkiego



w profilaktyce zdrowia i walce z chorobami cywilizacyjnymi, co potwierdziły przeprowadzone badania kliniczne. Obecnie linię makaronów funkcjonalnych tworzą trzy makarony: Diabetic wspierający profilaktykę cukrzycy typu 2, Cardio pomagający zapobiegać chorobom układu krążenia, w tym miażdżycy oraz Fit polecany osobom dbającym o szczupłą sylwetkę.

Dania So Food na tackach i w miseczkach oferowane są klientom na tzw. półkę suchą (niechłodzoną) i obejmują kilka linii produktowych.

Według raportu firmy Nielsen za 2023 rok utrzymały pozycję lidera sprzedaży w swojej kategorii, zwiększając różnicę do kolejnego gracza na rynku.

PRZETWORY MIĘSNO-WARZYWNE

Asortyment markowy przetworów mięsno-warzywnych obejmował dania gotowe pod markami Stoczek i Męska Rzecz oraz smalec pod marką Stoczek.

STOCZEK – dania gotowe oferowane przez Grupę - klasyczne obiady kuchni polskiej - łączą w sobie domowy smak z wygodą i szybkością ich przygotowywania, co sprawia, że doskonale wpisują się w aktualne trendy na rynku produktów spożywczych.



MĘSKA RZECZ – marka dedykowana do najszerszego grona konsumentów tej kategorii spożywczej, specjalnie doprawiona pod męski gust, konkurująca na półce swoją przystępną ceną. Wśród produktów tej marki konsumenci znajdą również duże opakowania znanych i lubionych dań w puszcze. Ulubione męskie dania, będące alternatywą dla tych wykonywanych samodzielnie w domu.



So Food – marka pod którą oferowane są dania gotowe na tackach oraz w miseczkach. Wyróżnikiem dla tej grupy asortymentowej są lekkie opakowania (dwukomorowe tacki lub miseczki), łatwość i szybkość podgrzania posiłków oraz możliwość ich przechowywania w temperaturze pokojowej.



Sieć dystrybucji tej kategorii produktów jest stale poszerzana, a firma stara się dostosować portfolio marki do trendów rynkowych i ciągle zmieniającego się, bardzo wymagającego konsumenta.

Produkty So Food oferowane są klientom na tzw. półkę suchą (niechłodzoną). Są to dania poddane obróbce termicznej, z czystą etykietą: bez barwników, bez wzmacniaczy smaku, bez konserwantów.

Pierwsze dwie linie produktowe tej marki zostały wdrożone jeszcze w 2019 roku: Inspirowane kuchniami świata oraz kuchnia Fit.



Linia dań w miseczkach łączy w sobie nowoczesne opakowanie oraz klasyczne smaki w stylu „dań jednogarnkowych” np. Leczo z kiełbasą, co daje efekt szybkiego i wygodnego posiłku z czystą etykietą. W swoim składzie bazuje na warzywach, dzięki czemu dania te stanowią posiłek idealnie uzupełniający dzienną porcję warzyw dla zdrowego organizmu.



Portfolio marki So Food jest stale poszerzane o nowe smaki orientalne, wyodrębnione do linii Kuchnia Azji. Są to dania mięsne na bazie kurczaka oraz wegetariańskie z zamiennikiem mięsa.



Linia ta charakteryzująca się wyjątkowym smakiem, dzięki aromatycznym mieszankom przypraw.



W portfolio marki znajdują się również dania gotowe z dodatkiem makaronu. Makaron w sosie bolońskim, Vege sos boloński z makaronem, Kurczak śródziemnomorski z makaronem. Dania są inspirowane Kuchniami Świata i odpowiadają na potrzeby konsumentów, którzy poszukują dań z dodatkiem makaronu.



W I półroczu 2025 roku, w związku z ciągle utrzymującą się popularnością różnorodnych kuchni świata, portfolio zostało poszerzone o 6 nowych dań na tacce, m.in. inspirowany kuchnią amerykańską Mac&Cheese czy azjatyckie Teriyaki.



W ślad za trendem produktów wysokobiałkowych So Food oferuje również dania w linii Active. To nowa linia dedykowana osobom aktywnym fizycznie i poszukujących dań z wysoką zawartością białka. W tackach o gramaturze 380 g znajdują się dania: Kurczak po meksykańsku z ryżem oraz Kurczak po azjatycku z ryżem, które zawierają 30g białka w porcji.



W 2024 roku oferta została poszerzona o dania gotowe w innowacyjnych opakowaniach typu doypack. To alternatywa dla osób, które chcą cieszyć się różnorodnością smaków,



bez robienia zbędnych, dużych zakupów. Linię tworzą trzy popularne kuchni azjatyckiej, tj. Kurczak po indyjsku, Kurczak po chińsku i Kurczak po tajsku. Dania należy skomponować z ulubionym, dowolnym dodatkiem, np. ryżem lub makaronem. Dania występują w gramaturze 400g i porcja ta jest rekomendowana dla dwóch osób.

Według raportu firmy Nielsen za 2023 rok dania gotowe na tackach SoFood utrzymały pozycję lidera sprzedaży w swojej kategorii, zwiększając różnicę do kolejnego gracza na rynku. Jest to bardzo dobra prognoza na przyszłość dlatego też kategoria dań gotowych na tackach będzie systematycznie rozbudowywana, tak aby zachować spójność z trendami rynkowymi i potrzebami klientów.

Asortyment produktów private label:

Grupa Makarony Polskie SA posiada różnorodny, profesjonalny i nowoczesny park maszynowy w każdym ze swoich zakładów produkcyjnych. W połączeniu z ekspercką wiedzą zatrudnionych specjalistów oraz centrami R&D, daje to szerokie możliwości produkcyjne i umożliwia oferowanie szerokiego i różnorodnego asortymentu w segmentach rynku, w których operuje. Grupa nieprzerwanie stawia na rozwój i konkurencyjność również poprzez wiedzę i jakość – np. podejmując współpracę z jednostkami naukowymi. Dzięki temu oferta Grupy jest atrakcyjna dla wielu detalistów, zarówno w kraju, jak i zagranicą.

Rozwijając asortyment pod potrzeby marek własnych sieci Grupa Makarony Polskie bazuje na globalnych trendach obowiązujących na rynku dóbr szybko zbywalnych, w szczególności:

- zdrowie, dobre samopoczucie i lifestyle (wzbogacanie produktów dodatkami funkcjonalnymi),
- maksymalizacja wartości przy wysokich kosztach życia i ograniczonym budżecie,
- convenience,
- zrównoważony rozwój, np. ograniczenie plastiku, ograniczanie marnotrawstwa żywności (odpowiedzialna produkcja i sprzedaż), lokalne pochodzenie,
- minimalizacja spożycia białka zwierzęcego i zastępowanie go w diecie alternatywnym białkiem roślinnym (np. na bazie roślin strączkowych).

W I półroczu 2025 roku Grupa wzorem lat poprzednich dywersyfikowała swoje portfolio produktów private label w obszarach produktów:

- personalizowanych – dedykowanych określonej grupie konsumentów, spełniających ich indywidualne potrzeby (produkty wysokobiałkowe dla mężczyzn dbających o tężyznę fizyczną, dla kobiet dbających o urodę - produkty z minerałami wspomagającymi zwalczanie stresu oksydacyjnego, dla dzieci – makarony z dodatkiem mąk strączkowych bogatych w białko, warzywa i minerały, w dziecięcych kształtach)
- prozdrowotnych oraz beauty, wzbogaconych o witaminy i składniki mineralne,
- lokalnych – wytwarzanych w danym regionie, na bazie surowców pochodzących od lokalnych producentów,
- nowych kształtów i składów recepturowych makaronów oraz nowych smaków dań gotowych,
- premium o wysokiej jakości, z dodatkiem wyjątkowych składników, w limitowanych edycjach.

Otoczenie rynkowe

Ogólne trendy rynkowe

Rynek makaronów

Rynek makaronów w Polsce ustabilizował się, wpływ zdarzeń nieprzewidywalnych jak pandemia, czy wojna na Ukrainie na jego rozwój. Istotna część uchodźców z Ukrainy opuściła nasz kraj, nieznacznie osłabiając naturalne wzrosty konsumpcji. Zjawisko małej dynamiki wzrostu gospodarczego na terenie rynku UE, zjawisko „tezauryzacji” (oszczędzania zamiast konsumowania) powodują wzrost presji kosztowej na europejskim rynku. Da się zaobserwować konsolidację w przemyśle spożywczym, co stanowi odpowiedź rynkową na słabnącą marżę. I półrocze 2025 roku charakteryzowała presja zarówno sieci handlowych jak i konsumenta, który ograniczał swoje zakupy. Dla producentów okres ten, podobnie jak rok 2024, był dużym wyzwaniem ze względu na presję na obniżki cen ze strony sieci handlowych, jak i oczekiwanie przez konsumentów promocji cenowych.

Trendy, które najsilniej oddziałują na rynek makaronów to:

- sytuacja makroekonomiczna związana z cenami żywności – europejscy konsumenci ograniczają zakupy do koszyka podstawowych potrzeb i produktów z długim terminem przydatności. Konsumenci dbają o swoje ograniczone budżety, dlatego coraz większego znaczenia przy podejmowaniu decyzji zakupowych nabiera cena produktu.

Obniżająca się marża skłania do konsolidacji oraz zmusza do poszukiwania nowych rynków zbytu – co wzmacnia konkurencję;

- czysta etykieta, walory zdrowotne posiłków – konsumenci poszukują produktów z naturalnych składników, bez chemicznych dodatków. Istotnym czynnikiem decydującym o zakupie produktu są także dodatkowe wartości odżywcze, pozytywnie wpływające na zdrowie organizmu np. wspomagające walkę z chorobami cywilizacyjnymi. Utrzymuje się również tendencja do poszukiwania produktów wysokobiałkowych – High protein;
- roślinne produkty – silnym trendem na rynku spożywczym jest moda na zdrowe odżywianie i różnego rodzaju diety, takie jak bezglutenowa, nisko węglowodanowa czy wegańska. Ma to swoje bezpośrednie przełożenie na ofertę produktową – licznie pojawiają się produkty typu BFY (Better-For-You), bazujące na pełnych ziarnach, zbożach alternatywnych, roślinach strączkowych czy bezglutenowych składnikach oraz warzywach, aczkolwiek rozwój tego typu produktów został spowolniony w ostatnim czasie z uwagi na ograniczenia portfelowe konsumentów;
- patriotyzm produktowy – coraz większe znaczenie konsumenci przywiązują do kraju pochodzenia produktu. Istotnym czynnikiem wpływającym na zakup jest kraj pochodzenia produktu oraz jego składników. Produkty lokalne cieszą się popularnością ze względu na swoje walory smakowe, wrażenie mniejszego stopnia przetworzenia (mniej konserwantów), angażowanie mniejszej ilości zasobów naturalnych (krótszy transport – mniej energii i paliwa zużytego przez logistykę), jak również chęć wsparcia miejscowych producentów;
- zaangażowanie w ochronę środowiska – omawiając aktualne trendy rynkowe nie sposób nie wspomnieć o trendzie „zero waste” polegającym na niemarnowaniu jedzenia. Obserwowany jest on nie tylko w zakresie dywersyfikacji opakowań przez producentów: standardowe, rodzinne lub typu „porcja na raz”, ale także jako społeczny trend promujący odpowiedzialne zakupy (kupuj tyle, ile zjesz) oraz edukujący kulinarnie w zakresie pełnego wykorzystania produktów spożywczych. Coraz większego znaczenia przy podejmowaniu decyzji zakupowych przez konsumentów nabiera również polityka odpowiedzialności społecznej i klimatycznej biznesu oraz dążenie firm do zeroemisyjności;
- convenience – wygoda w przygotowywaniu posiłków – konsumenci chcą móc szybko i łatwo przygotować smaczny posiłek. Coraz chętniej sięgają po dania gotowe, które są tak przygotowane by wystarczyły na pełnowartościową porcję dla jednej osoby np. dania gotowe na tackach. Nie marnuje się w ten sposób jedzenia. Oszczędza się również energię, wodę, gaz co sprzyja środowisku, ale i domowemu budżetowi. Dodatkowo nie kupuje się coraz droższych produktów, do przyrządzania posiłku. Trend convenience cały czas wzmacnia się i wydaje się, że zjawisko dalszego wzrostu będzie się utrzymywało. Młodsze pokolenia nie posiadają umiejętności

samodzielnego przyrządzania posiłków, później zakładają rodzinę (dłużej żyją samotnie), częściej nie decydują się na stałe związki co wpływa na ich preferencje żywieniowe i wzmacnia potrzebę wygody, małych porcji, gotowych posiłków

Rynek dań gotowych

Rynek dań gotowych rozwija się stopniowo i wciąż jest we względnie wczesnej fazie rozwoju. Wartość tego rynku w Polsce w 2024 roku wyniosła ok. 3,5 mld zł, przy wzroście nominalnym ok. 5% (r/r). W horyzoncie prognozy, tj. latach 2025-2029 segment ten będzie rosł średniorocznie (CAGR) o 5%. Realnie tempo wzrostu w tym okresie będzie wynosić około 2%.

Długofalowo, pozytywnie na rozwój segmentu wpływać będzie rosnąca wygoda konsumentów, szybki tryb życia, wzrost liczby gospodarstw jednoosobowych oraz rozwój oferty w segmencie dań gotowych przez poszerzanie liczby indeksów w różnych kanałach dystrybucji. W kolejnych latach należy spodziewać się dalszego rozwoju oferty rynkowej w kierunku zwiększenia wygodny konsumenta (trend convenience) i prozdrowotnej (z czystą etykietą, opcjami całkowicie roślinnymi, zwiększoną ilością białka, czy umiarkowaną ilością soli lub cukru).

Trendy, które najsilniej oddziałują na rynek posiłków gotowych to:

- trend prozdrowotności i naturalności – potrzeba jedzenia „wolnego od...” wzrasta wraz z poziomem wiedzy konsumentów i ich obawami przed alergiami i konserwantami. Klienci coraz częściej wymagają „czystej etykiety” (składy pozbawione sztucznych dodatków, wzmacniaczy smaku i konserwantów), a producenci podkreślają prostotę i prozdrowotność swoich receptur. Trend convenience cały czas wzmacnia się i wydaje się, że zjawisko dalszego wzrostu będzie się utrzymywało. Młodsze pokolenia nie posiadają umiejętności samodzielnego przyrządzania posiłków, później zakładają rodzinę (dłużej żyją samotnie), częściej nie decydują się na stałe związki co wpływa na ich preferencje żywieniowe i wzmacnia potrzebę wygody, małych porcji, gotowych posiłków;
- „przejrzystość” produktów – pożądaną jest, aby produkty z gotową żywnością, poza czystą etykietą i krótkim składem produktu, miały również opakowanie pozwalające konsumentom zobaczyć posiłek przed podjęciem decyzji zakupowej, np. folię transparentną, claimy marketingowe;
- convenience – wygoda, łatwość użycia – producenci poszukują coraz to nowych rozwiązań, mających ułatwić konsumentowi podgrzanie i spożycie dania. Wygodę i szybkość podkreślają coraz częściej pojawiające się propozycje dań inspirowanych jedzeniem na wynos. Kategoria odnotowuje wzrost popularności tzw. meal kits (zestawów umożliwiających samodzielne dokończenie lub skomponowanie dania), który bierze się z potrzeby kompromisu pomiędzy masowymi daniami gotowymi,

- pozbawionymi choćby cienia indywidualności, a długim i często wymagającym gotowaniem od zera. Częściowe przygotowanie produktu daje konsumentowi poczucie większej kontroli nad jego jakością i składem. Opakowania zawierają określoną ilość sugerowanych porcji i przypisanych do niej wartości odżywczych;
- na rynkach europejskich od wielu lat obserwowany jest trend polegający na rozwoju segmentu dań gotowych na tackach i w kubkach kosztem systematycznego kurczenia się półki produktów w słoikach. W Polsce tzw. półka sucha (shelf-stable) wciąż posiada największy udział rynkowy, ale również tutaj coraz wyraźniejszy jest odwrót konsumentów ku półce chłodzonej, która w ich odbiorze stanowi zdrowszą wersję dań gotowych. Dla coraz większej liczby konsumentów dania gotowe stanowią wygodną i tańszą alternatywę diety pudełkowej, nie zmuszają konsumenta do zakupu miesięcznego/tygodniowego abonamentu (jedenorazowy duży wydatek);
 - termin przydatności do spożycia – konsumenci poszukują produktów z długim terminem przydatności do spożycia w celu przygotowania zapasów żywnościowych, zabezpieczenia swojego gospodarstwa domowego w czasie braku stabilności ekonomicznej. Cyklicznie władze, również w Polsce, przypominają o konieczności posiadania zapasów pozwalających gospodarstwu domowemu na zapewnienie żywności na co najmniej 72 godziny. Ostatnie „blackout’y” w Hiszpani czy we Francji wzmocniły świadomość takiej konieczności;
 - opakowania wygodne, bezpieczne i trwałe - ciągle trwająca wojna w Ukrainie, niestabilna sytuacja polityczna na świecie, niepokoje społeczne związane z migracją, wzmacniają dotychczas marginalny trend „Militaruystów”. Wzrost popularności kursów przetrwania, kursów strzeleckich, potwierdzony ciągłym wzrostem ilości osób posiadających pozwolenia na broń, powoduje stopniowe wzmacnianie się popularności produktów dedykowanych dla tej grupy osób. Do tej grupy można również zaliczyć osoby spędzające wolny czas na świeżym powietrzu: pikniki, campingi, caravaning (od kilku lat istotny wzrost rejestracji przyczep campingowych i kamperów);
 - produkty funkcjonalne, prozdrowotne – Rozwój cywilizacyjny powoduje, że coraz więcej osób cierpi na choroby cywilizacyjne - otyłość, cukrzyca, celiakia, choroby układu krążenia. Wzmacnia to potrzebę dbania o siebie i o swoje zdrowie. Konsumenci poszukują prozdrowotnych produktów dla siebie i swoich bliskich (Low IG, bezglutenowe, funkcjonalne). Wielu stara się być bardziej aktywnymi fizycznie, co dodatkowo wzmacnia potrzebę odżywiania się produktami o określonej ilości kalorii, zwiększonej zawartości białka;
 - wzrost dbałości o środowisko - konsument oczekuje od producenta zrównoważonej polityki produkcyjnej i minimalizacji szkodliwego wpływu na środowisko (mniej plastiku, materiały podlegające recyklingowi). Opakowanie powinno być przyjazne dla środowiska, wyprodukowane z materiałów podlegających recyklingowi.

Od opakowań oczekuje się dodatkowo funkcjonalności, wzmacniając bardziej oczekiwania osobiste obok oczekiwań środowiskowych;

- sytuacja makroekonomiczna związana z rosnącymi kosztami życia – konsumenci ograniczają zakupy do koszyka podstawowych potrzeb i produktów z długim terminem przydatności. Konsumenci dbają o swoje ograniczone budżety, dlatego coraz większego znaczenia przy podejmowaniu decyzji zakupowych nabiera cena produktu.

Rynki zbytu Grupy Makarony Polskie

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).

Za okres	II kwartał 2025	I półrocze 2025	II kwartał 2024	I półrocze 2024
Kraj	67 190	139 642	65 523	142 469
Eksport, w tym:	6 075	9 364	5 593	9 954
- kraje Unii Europejskiej	3 283	5 049	3 143	6 038
- pozostałe kraje	2 792	4 315	2 450	3 916
Razem	73 265	149 006	71 116	152 423

W I półroczu 2025 roku wartość sprzedaży wyniosła ok. 139,6 mln zł na rynku krajowym i ok. 9,4 mln zł w eksporcie. W analogicznym okresie 2024 roku wielkości te wyniosły odpowiednio ok. 142,5 mln zł i ok. 10 mln zł.

W II kwartale 2025 roku wartość sprzedaży wyniosła ok. 67,2 mln zł na rynku krajowym i ok. 6,1 mln zł w eksporcie. W analogicznym okresie 2024 roku wielkości te wyniosły odpowiednio ok. 65,5 mln zł i ok. 5,6 mln zł.

Znaczące umowy

Umowa Stoczek Natura Sp. z o.o. z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa

W dniu 31 stycznia 2025 roku spółka zależna Stoczek Natura sp. z o.o. zawarła umowę na dostawę fasolki po bretońsku w ramach postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. Dostawy artykułów spożywczych w ramach Programu Fundusze

Europejskie na Pomoc Żywnościową 2021-2027 Podprogram 2024 – zadanie częściowe 19, organizowanego przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa („KOWR”).

Na mocy zawartej umowy spółka zależna zobowiązała się do dostarczenia w okresie do 31 sierpnia 2025 roku fasolki po bretoński o wymaganiach jakościowych określonych w umowie, na rzecz organizacji partnerskich: Federacji Polskich Banków Żywności, Caritas Polska, Polskiego Komitetu Pomocy Społecznej, Polskiego Czerwonego Krzyża, Kościoła Starokatolickiego w RP.

Wartość dostaw objętych treścią umowy wyniosła ok. 18,5 mln zł brutto, a zapłata za dostarczony artykuł była dokonywana przez KOWR w cyklach miesięcznych. Zabezpieczenie Umowy stanowi gwarancja należytego wykonania umowy w wysokości 10% wartości kontraktu brutto, tj. ok. 1,9 mln zł, obowiązująca do dnia 30 listopada 2025 roku, udzielona spółce Stoczek Natura Sp. z o.o. przez bank BNP Paribas Bank Polska SA.

W trakcie I półrocza 2025 roku oraz w okresie do dnia publikacji niniejszego raportu spółki Grupy nie zawierały innych umów, które spełniałyby kryteria umowy znaczącej.

Czynniki istotne dla rozwoju Grupy

Przychody ze sprzedaży Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2025 roku wyniosły 149 mln zł i były niższe o ok. 2,2% w stosunku do I półrocza 2024 roku (o ok. 3,4 mln zł). Wynika to głównie z następujących czynników:

- otoczenie rynkowe stało się bardzo konkurencyjne. Agresywna polityka handlowa oraz presja cenowa wywierana przez sieci handlowe wpływała na działalność spółki,
- przyjęta przez Grupę strategia sprzedaży zakłada generowanie dodatnich marż na wszystkich grupach produktowych - spadek sprzedaży wynikał z obniżek cen na sprzedawane produkty, które były związane z niższymi cenami kupowanych surowców, szczególnie mąki,
- dynamicznie rozwijająca się sprzedaż nowej linii dań gotowych na tackach i w miseczkach pod marką SoFood oraz makaronowych produktów funkcjonalnych – w pierwszym półroczu 2025 produkty te pozwoliły generować wyższe marże przy mniejszym wolumenie sprzedaży,
- Grupa cały czas utrzymuje ponoszone koszty finansowe na bezpiecznym poziomie. Realizowane są inicjatywy optymalizujące koszty we wszystkich obszarach funkcjonowania firmy.

Zgodnie z przyjętą strategią, Grupa będzie kontynuować przyjęty model operacyjny oraz wewnętrzne działania zwiększające efektywność kosztową, niemniej czynnikiem mogącym mieć negatywny wpływ na wyniki prowadzonej działalności w kolejnych miesiącach jest narastająca presja cenowa i tzw. wojna handlowa pomiędzy największymi sieciami na marże, co może przełożyć się na sytuację producentów.

Czynniki mające wpływ na przyszłe wyniki Spółki i Grupy

Budowanie przewagi konkurencyjnej poprzez inwestycje w R&D, innowacje produktowe, procesowe i organizacyjne

- realizacja istotnej inwestycji rozwojowej w zakładzie produkcyjnym Makarony Polskie SA w Korpelach, która będzie mieć wpływ na perspektywy rozwoju Spółki w przyszłości oraz jej sytuację finansową,
- inwestycje w kolejne linie do produkcji oraz centrum badawczo-rozwojowe pozwolą Grupie na rozszerzenie asortymentu i zaistnienie w nowych segmentach rynku, zarówno w kraju, jak i zagranicą,
- działania mające na celu optymalizację kosztową i procesową, np. wdrożenie oprogramowania MES w obrębie zakładów produkcyjnych pozwoli na lepszą kontrolę kosztów i pracochłonności produktów oraz usprawnienie rozliczania produkcji, oprogramowanie WMS w obrębie magazynów usprawni zarówno gospodarkę magazynową we wszystkich lokalizacjach Grupy, jak również system wiekowania zapasu i kontroli przepływu produktów, a oprogramowanie CMMS pozwoli doskonalić zarządzanie parkiem maszynowym i awaryjnością maszyn,
- przeprowadzenie głębokiej automatyzacji i robotyzacji procesów pakowania produktów makaronowych zwiększające zdolności przetwórcze i zmniejszające kosztochłonność produkcji,
- w spółce Makarony Polskie SA funkcjonuje Centrum Badawczo Rozwojowe Przemysłu Makaronowego, które przy współpracy z instytucjami naukowymi pracuje nad opracowaniem i wdrażaniem innowacyjnych technologii wytwarzania nowych produktów: żywności funkcjonalnej, prozdrowotnej, niskoprzetworzonej, łatwej w przyrządzeniu, odpowiadającej na trendy rynkowe i żywieniowe,
- dalszy systematyczny rozwój oferty marki SoFood, obejmującej dania gotowe na tackach i w miseczkach oraz w nowych formatach opakowań miękkich, w ścisłym powiązaniu z trendami rynkowymi oraz wzrostową tendencją tego segmentu, jest dobrym prognostykiem dla wzrostu sprzedaży w przyszłych okresach,
- inwestycje w „zieloną energię” z instalacji fotowoltaicznych, realizowane we wszystkich zakładach Grupy, pozwolą z jednej strony zadbać o środowisko i obniżyć ślad węglowy Grupy, a z drugiej ograniczyć kosztochłonność produkcji wynikającą ze

wzrostów cen prądu (procesy produkcji makaronu i dań gotowych cechują się dużą energochłonnością).

Rozwój działalności w segmencie private label

- dywersyfikacja i wzbogacenie oferty kierowanej do nowych i obecnych klientów o produkty prozdrowotne i funkcjonalne, kolejne produkty z nowej linii walcowanej, jak również produkty spółki Stoczek Natura Sp. z o.o. (w tym dania gotowe na tackach i w miseczkach),
- akcje specjalne, listingi sezonowe produktów brandowych w dyskontach,
- działalność zmierzająca do poprawy rentowności kanału sprzedaży, w tym działania optymalizacyjne w obszarze opakowań z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju,
- rozwój relacji z kluczowymi klientami w tym segmencie poprzez kierowane wspólne projekty badawcze w obszarze rozwoju nowych produktów.

Rozwój kanałów sprzedaży B2B i Instytucje

- rozwój kategorii makaronów, przetworów mięsno-warzywnych dostosowanych do oczekiwań klientów tego kanału,
- nawiązanie relacji kooperacyjnych z innymi producentami makaronów oraz producentami dóbr komplementarnych, w celu uzupełnienia oferty dla finalnego odbiorcy,
- indywidualizowanie oferty i poprzez to zwiększenie konkurencyjności.

Zwiększenie udziałów i wzrost poziomu dystrybucji na rynku krajowym

- intensyfikacja działań trade-marketingowych nakierowanych na zwiększenie obecności na rynku brandów Makarony Polskie, SoFood i Novelle,
- umocnienie i rozwój portfolio produktowego zgodnie z trendami rynkowymi,
- opracowanie i wdrożenie mechanizmów współpracy z klientem hurtowym, detalicznymi sieciami lokalnymi oraz handlem sieciowym, zwłaszcza w obszarze międzynarodowych sieci w formacie średnim i małym oraz sieci convenience – 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

- systematyczny wzrost liczby klientów na rynkach zagranicznych – koncentracja na rynkach europejskich, gdzie Grupa systematycznie rozwija swoją współpracę z sieciami i dystrybutorami,
- intensyfikacja komunikacji z obecnymi i potencjalnymi odbiorcami poprzez udział m.in. w targach branżowych oraz organizację spotkań B2B na rynkach docelowych,
- rozwój oferty produktowej poprzez oferowanie na rynkach zagranicznych makaronów, w tym funkcjonalnych (np.: Fit, Cardio, Diabetic, warzywne z roślin strączkowych) oraz dań gotowych na tackach,
- pozyskiwanie i realizacja projektów dotyczących dostaw pod marką własną odbiorcy,
- współpraca partnerska z innymi podmiotami, które posiadają ofertę komplementarną do oferty Grupy w celu zwiększenia możliwości sprzedaży i uatrakcyjnienia oferty.

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

Wpływ sytuacji polityczno-gospodarczej na Ukrainie na działalność Makarony Polskie SA

Trwające działania wojenne oraz sytuacja na granicy polsko-ukraińskiej wpłynęły na spadek handlu z klientami z Ukrainy co miało przełożenie na spadek eksportu na ten rynek, aczkolwiek od III kw. 2024 roku obserwowany jest stopniowy wzrost zamówień od klientów z Ukrainy.

Niezwłocznie po wybuchu wojny w Ukrainie w Grupie Makarony Polskie wdrożono dodatkowe procedury mające zabezpieczyć ciągłość produkcji i ograniczyć ryzyko braku surowca, opakowań i niedoborów kadrowych wśród załogi. Procedury te poddawane są systematycznej walidacji oraz modyfikowane w zależności od potrzeb i rozwoju sytuacji w Ukrainie.

Zarząd Makarony Polskie SA uważnie monitoruje sytuację związaną z wojną w Ukrainie celem podejmowania działań mających na celu zminimalizowanie negatywnego wpływu sytuacji geopolitycznej na funkcjonowanie Grupy w obszarze bezpieczeństwa, płynności finansowej oraz osiągniętych wyników. W ocenie Zarządu obecna sytuacja finansowa Grupy nie zagraża kontynuacji działalności Grupy w kolejnych okresach.

Sytuacja na Ukrainie nie wpływa dotychczas istotnie na działalność Grupy. W ocenie Zarządu w Grupie nie występują zagrożenia, które uniemożliwiłyby regulowanie zaciągniętych zobowiązań. Grupa nie odnotowuje problemów ze spłatą należności przez swoich kontrahentów (nie zidentyfikowano zmian w zakresie ściągalności należności). Grupa nie zidentyfikowała wzrostu ryzyk w zakresie wyceny i zalegania zapasów. Na dzień

publikacji sprawozdania Grupa nie identyfikuje istotnych ryzyk braku wywiązania się z kowenantów finansowych w umowach kredytowych w związku z wojną w Ukrainie.

Na ten moment, mimo trwającej wojny, trudno jest przewidzieć dalszą sytuację na Ukrainie i jej wpływ na sytuację Grupy Makarony Polskie, ale należy stwierdzić, że na dzień dzisiejszy wpływ, zarówno w obszarze sprzedaży eksportowej, jak również zakupu surowców, nie jest istotny. Inne, wewnętrzne czynniki krajowe, mają o wiele większe oddziaływanie na sytuację biznesu spożywczego w Polsce.

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

Wpływ inflacji na zachowania konsumentów i rynek produktów żywnościowych

Sytuacja makroekonomiczna związana z inflacją wpływa na zmianę zachowań konsumentów, którzy dbając o swoje ograniczone budżety, często ograniczają zakupy do koszyka podstawowych potrzeb i produktów. Coraz większego znaczenia przy podejmowaniu decyzji zakupowych nabiera również cena produktu. Stagnacja na rynku zmusza sklepy i sieci handlowe do podejmowania agresywnych działań w celu pobudzenia konsumpcji i pozyskania klientów poprzez głębokie promocje i obniżki cen na półkach sklepowych. Ma to swoje przełożenie na wzrastającą presję na producentów w kierunku obniżek cen, często wbrew poziomowi inflacji produkcyjnej.

Coraz wyższe koszty życia oraz systematyczny wzrost płacy minimalnej wpływają także na oczekiwania finansowe pracowników, którzy wnioskują o podwyżki, szczególnie na przełomie lat kalendarzowych co ma przełożenie na dochody, szczególnie w I kwartale roku.

Dodatkowym elementem rynkowym były agresywne działania promocyjne wielu sieci handlowych mające na celu zwiększanie popytu kosztem marż handlowych.

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 osiąmane w kolejnych latach.

Ryzyko zmian tendencji rynkowych

Ryzykiem mogą być ewentualne zmiany nawyków zakupowych i żywieniowych konsumentów, spowodowane np. sytuacją makroekonomiczną (inflacja) lub geopolityczną (wojna na Ukrainie, konflikt na Bliskim Wschodzie, inne konflikty powodujące zaburzenia

na rynku surowcowym). Przykładowo zubożenie społeczeństwa w wyniku stałego wzrostu cen i kosztów codziennego funkcjonowania może skutkować zwiększeniem zapotrzebowania na produkty tańsze i nisko marżowe, zmuszając producentów i dostawców do agresywnej konkurencji cenowej, natomiast wzrost zamożności społeczeństwa może przekierować decyzje zakupowe w kierunku produktów droższych i wysoko marżowych.

Po dwuletnim okresie dynamicznych wzrostów inflacyjnych i zmniejszeniu realnej siły nabywczej konsumentów, obecnie sytuacja inflacyjna wyhamowuje. Obserwowany jest trend stabilizacji, a nawet spadku cen wielu produktów spożywczych, w tym makaronów.

Współpracę z kluczowymi odbiorcami w segmencie private label w I półroczu 2025 roku charakteryzowały: agresywna gra konkurencyjna i oczekiwania cenowe głównych odbiorców oparte na walce rynkowej o klienta. Presja cenowa wynikająca z ww. czynników abstrahowała od całościowej sytuacji kosztowej przedsiębiorstw. Brak możliwości spełnienia wszystkich oczekiwań cenowych skutkował spadkiem wolumenu sprzedaży szczególnie w II kwartale 2025 roku.

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.

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 Grupy, mogą wpłynąć na realizację celów zakładanych przez Grupę. Wszystkie działania otoczenia konkurencyjnego są na bieżąco monitorowane i analizowane, co pozwala na szybkie reagowanie w zakresie ewentualnych zagrożeń. I półrocze 2025 roku to okres stagnacji, a nawet zmniejszenia konsumpcji w niektórych segmentach rynku spożywczego, w tym na rynku makaronowym. Ryzykiem handlowym jest rosnąca presja producentów na zbilansowanie swoich możliwości podażowych z popytem. Skutkuje to agresywną polityką cenową, nieskorelowaną z poziomem kosztów i dynamicznie zmieniającym się środowiskiem rynkowym, szczególnie w grupie tzw. „produktów standardowych”. Zjawisko to utrzymuje się na rynku od kilku lat i w trakcie I półrocza 2025 roku miało negatywne przełożenie na poziom sprzedaży Grupy z uwagi na konieczność wycofania się z realizacji części kontraktów o nieakceptowalnym poziomie rentowności. Dodatkowym czynnikiem potęgującym ryzyko handlowe jest zwiększenie aktywności konkurentów zagranicznych, nie tylko z krajów ościennych ale również z krajów takich jak Włochy, Turcja czy Grecja.

Grupa minimalizuje ryzyko wojny cenowej poprzez działania optymalizacyjne w organizacji, dywersyfikację swojej działalności oraz rozwój produktów innowacyjnych, m.in. w ramach prowadzonych projektów R&D. Taka strategia stwarza Grupie większe możliwości realizacji wolumenowych celów produkcyjnych pomimo niekorzystnych trendów rynkowych.

Ryzyko kontraktowe z odbiorcami

Większość przychodów Grupa realizuje poprzez współpracę ze zorganizowanymi i scentralizowanymi decyzyjnie sieciami handlowymi. Ewentualny brak ciągłości współpracy z odbiorcami może wpłynąć na wysokość przychodów. Niektóre z umów handlowych nie zawierają ściśle określonej wielkości estymowanych zakupów jakich odbiorca dokona w czasie obowiązywania kontraktu, co było dotąd dość powszechną praktyką rynkową. Istnieje ryzyko, że odbiorcy złożą zamówienia odbiegające ilościowo od przyjętych przez Grupę planów miesięcznych. Może to spowodować brak możliwości zaspokojenia popytu lub niepełne wykorzystanie mocy produkcyjnych, co będzie miało swoje przełożenie na realizowane wyniki. Dążąc do minimalizacji takiego zagrożenia Grupa rozwija własne narzędzia analityczne oraz uczestniczy w projektach, wspólnych z odbiorcami czy dostawcami, mających na celu systematyczne doskonalenie całego łańcucha dostaw.

W zakresie kontraktowania rynek nie wrócił do okresów rocznych z uwagi na dynamikę zmian kosztów, obecne okresy ustalania cen to cykle od miesięcznego do trzymiesięcznego, czy nawet półrocznego.

Stagnacja na rynku zmusza sklepy i sieci handlowe do podejmowania agresywnych działań w celu pobudzenia konsumpcji i pozyskania klientów poprzez promocje, obniżki cen półkowych, często wbrew poziomowi inflacji producenckiej. Rozdźwięk pomiędzy oczekiwaniami rynku, a oczekiwaniami producentów powoduje zmiany w wykorzystaniu potencjałów wytwórczych oraz przepływy wolumenów produkcji i sprzedaży w okresach krótkoterminowych.

W ocenie Grupy ryzyko uzależnienia od odbiorców nie jest znaczące, ponieważ spółki Grupy prowadzą systematyczne działania w kierunku dywersyfikacji odbiorców i zwiększania liczby tzw. średnich klientów.

Ryzyko związane ze zmianami cen surowców i materiałów

Grupa Makarony Polskie konsekwentnie stara się realizować swoją strategię w zakresie zabezpieczania cen surowca długoterminowymi kontraktami zakupowymi, w okresach rocznych i półrocznych, co pozwala zapobiegać znaczącym spadkom rentowności produkowanego makaronu. Niestety dynamiczne zmiany cen jakie występują obecnie na światowych rynkach powodują, że dostawcy bardzo ostrożnie i niechętnie podchodzą

do zawierania tego typu umów. W trakcie 2025 roku część kontraktów zawierana była również na okresy krótsze, np. kwartalne.

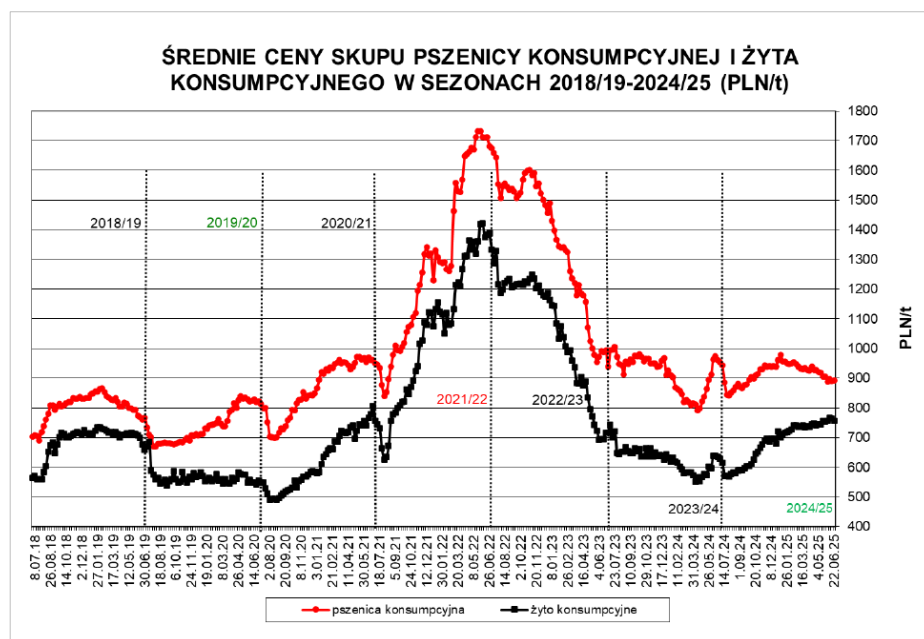
Sytuacja na rynku pszenicy po I kwartale 2025 roku była dość niestabilna. Mali producenci sprzedali już większość swoich zapasów pszenicy, duzi wstrzymywali sprzedaż czekając na wzrost cen – przełożyło się to na wysokie ceny mąki miękkiej w II kwartale 2025 roku.

Czynnikiem destabilizującym równowagę podaży-popytu na rynku polskim w 2025 roku był duży import żywności, w tym pszenicy zwyczajnej i durum, z Rosji przez niektóre kraje unijne. Wpływa to na niezdrową konkurencję i okresowe destabilizacje na rynku, w tym na rynku mąk, co ma szczególne znaczenie dla producentów makaronów.

Warto zaznaczyć, iż mimo udanych pod względem ilościowym zbiorów pszenicy w sezonie 2024/2025 dostępny wolumen pszenicy konsumpcyjnej spełniającej odpowiednie i kluczowe dla prawidłowego procesu produkcji makaronu parametry jakościowe był ograniczony. Oznacza to, że branża makaronowa musi nadal z większym zaangażowaniem i wysiłkiem organizacyjnym selekcjonować dostawców zapewniających dobrą jakość produktu końcowego.

Czynnikami wpływającymi na zmiany cen w kolejnych okresach będą w szczególności ceny energii elektrycznej, koszty płac oraz dalsza agresywna polityka sprzedażowa Rosji w zakresie zbóż miękkich.

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



Źródło: Tygodniowy raport nt. rynku zbóż, oleistych i surowców paszowych – Rynek zbóż tydzień 26/2025, Sparks Polska

Ceny na rynku pszenicy durum w I półroczu 2025 roku utrzymywały się na dość stabilnym, choć wysokim poziomie z końca 2024 roku. Mimo, iż dane wskazywały na duże zapasy surowca w magazynach, urodzajne żniwa w Kanadzie i Stanach Zjednoczonych, rynek zachowywał daleko idącą powściągliwość co do prognoz długoterminowych. Jednocześnie nastąpił wzrost zapotrzebowania na rynku europejskim na pszenicę durum i mąki produkowane z tej pszenicy. Prognozy kolejnych żniw wskazują, że zbiory pszenicy durum w sezonie 2025/2026 będą podobne jak rok wcześniej, a więc sytuacja cenowa w kolejnym sezonie zbiorów pszenicy durum nie powinna zbyt odiegać od tej z sezonu 2024/2025.

Rynek jaj i masy jajowej na przełomie 2024 i 2025 roku kształtował się na poziomie z roku 2023, kiedy to ceny sprzedaży osiągały swoje historyczne, niespotykane wcześniej, maxima w handlu tymi surowcami. W połowie stycznia 2025 roku wystąpiły kolejne wzrosty cen, spowodowane ogniskami ptasiej grypy (zarówno w Polsce, jak i w Europie Zachodniej), które powodowały wybijanie stad i zmniejszenie ilości jaj na rynku. Wysokie ceny jaj utrzymywały się przez całe I półrocze 2025 roku. Na sytuację w kolejnych okresach wpływ będą miały m.in. takie czynniki jak dynamika rozprzestrzeniania się ognisk ptasiej grypy, ilość kolejnych nasadzeń kur, zwiększone zapotrzebowanie na jaja polskie w krajach Europy Zachodniej oraz polityka UE dot. importu z Ukrainy.

Na rynku opakowań foliowych i kartonowych rozpoczął się wzrostami cen względem roku 2024 wynikającymi z wzrostu kosztów produkcji (wynagrodzenia, paliwo, itd.). W końcówce I kwartału 2025 roku sytuacja uspokoiła się i ten poziom cen utrzymał się do końca I półrocza 2025 roku.

Grupa Makarony Polskie w sposób ciągły monitoruje sytuację rynkową surowców i materiałów do produkcji, poszerza grono dostawców zarówno z uwagi na dywersyfikację potencjalnych ryzyk, jak również zwiększenie bezpieczeństwa materiałowego zakładów produkcyjnych i dla zapewnienia szerokiego i miarodajnego rozeznania rynku.

Stoczek Natura Sp. z o.o. jest producentem przetworów owocowo-warzywnych oraz dań gotowych, działającym w oparciu o szeroką sieć dostawców krajowych i zagranicznych. Pozwala to na pozyskiwanie surowców wysokiej jakości w konkurencyjnych cenach, przy jednoczesnym ograniczaniu ryzyk wynikających z wahań podaży na poszczególnych rynkach.

Surowce roślinne - ceny owoców i warzyw pozostają w dużej mierze uzależnione od czynników pogodowych. Rok 2024 okazał się korzystny dla sektora przetwórczego, co umożliwiło spółce Stoczek zgromadzenie zapasów w atrakcyjnych cenach i pozytywnie wpłynęło na wyniki sprzedażowe w pierwszym półroczu 2025 roku. Dzięki zakupom realizowanym w okresach sezonowych, minimach cenowych oraz właściwemu

magazynowaniu w infrastrukturze chłodniczej, firma mogła w analizowanym okresie korzystać z rezerw zgromadzonych w poprzednim roku. Stabilizacja cen w III kwartale 2024 roku dodatkowo ułatwiła zapewnienie odpowiednich wolumenów.

Surowce zwierzęce - mięso pozostaje jednym z kluczowych czynników kosztowych w produkcji spółki Stoczek. Spółka zależna stosuje strategię zabezpieczania zapasów z wyprzedzeniem, korzystając z przejściowych spadków cen, co pozwala łagodzić wpływ wzrostu kosztów i daje czas na renegocjacje warunków handlowych z sieciami detalicznymi. W pierwszej połowie 2025 roku ceny mięsa utrzymywały się na względnie stabilnym poziomie, przy czym mięso drobiowe pozostaje drogie z uwagi na doniesienia o ogniskach chorób w hodowlach, natomiast w przypadku wieprzowiny odnotowano przejściowy spadek popytu i obniżkę cen, choć w kolejnych kwartałach przewidywany jest ich ponowny wzrost.

Opakowania - jeśli chodzi o opakowania dostawcy spółki zależnej coraz częściej rezygnują z kontraktów długoterminowych na rzecz krótszych okresów rozliczeniowych, co zwiększa ryzyko cenowe i obniża przewidywalność w łańcuchu dostaw.

Pomimo stabilizacji cen mediów takich jak gaz czy energia elektryczna Grupa prowadzi systematyczne analizy rynkowe dotyczące cen mediów i cały czas monitoruje prognozy cen kluczowych surowców i opakowań. Choć część kosztów osiągnęła poziom względnej równowagi, otoczenie makroekonomiczne pozostaje zmienne, dlatego kluczowe znaczenie ma należyta dbałość o optymalizację operacyjną, systematyczne monitorowanie efektywności procesów i poziomu kosztów, a także szybkie dostosowywanie cen sprzedaży produktów do rosnących kosztów ich wytworzenia. Wpływa to radykalnie na zmianę relacji biznesowych pomiędzy partnerami biznesowymi, np. niechęć dostawców do ustalania stałych warunków handlowych na dłuższe okresy kontraktowe (np. roczne) przekłada na odbiorców ryzyko działania w krótkiej perspektywie czasu i „niepewności jutra”.

Ryzyko zmiennego otoczenia prawnego i podatkowego

Polski system prawny i podatkowy charakteryzuje się częstymi zmianami, przepisy prawa są istotnie zmieniane, często z bardzo krótkimi okresami *vacatio legis*, co powoduje, że działalność firm, w tym również spółek Grupy Makarony Polskie, obciążona jest bardzo dużą niepewnością. Jest to czynnikiem niekorzystnym dla działalności gospodarczej i niosącym za sobą duże ryzyko.

Czynnikami prawnymi mającymi wpływ na działalność Grupy i całej branży spożywczej są zarówno zmiany prawa krajowego, np. kwestie dot. stawek VAT na żywność, jak również

zmiany prawne wynikające z przepisów wdrażanych na poziomie Unii Europejskiej, np. wdrożenie dyrektyw Single Used Plastic, zmiany na poziomie przepisów szeroko rozumianego ESG.

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 presji płacowej

Systematyczne wzrosty poziomu płacy minimalnej oraz minimalnej stawki godzinowej na umowach cywilno-prawnych, powodują że wśród pracowników i potencjalnych kandydatów do pracy narasta presja płacowa. Zjawisko to potęgowane jest przez fakt, że w ostatnim czasie rynek pracy coraz mocniej staje się rynkiem pracownika. Pracodawcy, w tym również spółki Grupy, coraz częściej mają trudności ze znalezieniem odpowiednich kandydatów na wakuujące stanowiska, zarówno wśród specjalistów i kadry menedżerskiej, jak również wśród osób niewykwalifikowanych.

Dążąc do minimalizacji rotacji kadrowej, szczególnie wśród kluczowych pracowników i specjalistów, Grupa stara się systematycznie wdrażać motywacyjne systemy wynagradzania (połączone m.in. z wydajnościami produkcyjnymi i sprzedażowymi), które poprzez ścisłe powiązanie wyników pracy poszczególnych zespołów/osób z efektywnością realizacji celów Grupy stawianych przed tymi zespołami/pracownikami, pozwalają połączyć poziom płac satysfakcjonujący pracowników z rentownością funkcjonowania firmy. Celem zwiększenia motywacji i zbudowania lojalności pracowników wobec pracodawcy, spółki Grupy systematycznie dywersyfikują również pakiet benefitów pozapłacowych, takich jak karty sportowe, ubezpieczenia grupowe, karty świąteczne, czy prywatna opieka medyczna, celem jak najlepszego dopasowania go do potrzeb i oczekiwań pracowników.

Dynamika wzrostu płac przekłada się również na wzrost cen usług zabezpieczających funkcjonowanie produkcji i technologii. Następuje wzrost kosztów usług serwisowych, które z tytułu konieczności utrzymania maszyn i linii technologicznych w prawidłowej kondycji muszą być wykonywane na wysokim poziomie. Na chwilę obecną nie są to koszty, które w dużym stopniu przekładają się na cenę produktów oferowanych przez Grupę, niemniej spółki Grupy prognozują takie wydatki w swoich budżetach oraz starają się alternatywnie wybierać narzędzia i elementy współpracy, które łączą korelację jakości usług oraz optymalnej ceny z tym związanej.

Ryzyko związane ze zmianami kursów walut

Grupa Makarony Polskie jest importerem semoliny i eksporterem wyrobów gotowych. Ceny sprzedaży produktów Spółki 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.

Tabela przedstawia strukturę walutową dla danych klas instrumentów finansowych na dzień 30 czerwca 2025 roku:

Grupy/kategorie instrumentów finansowych	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2025 tys. zł	Ekspozycja walutowa na dzień 30.06.2025 tys. zł	EUR tys. zł	USD tys. zł
Aktywa finansowe				
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	48 164	1 956	1 951	5
Należności z tytułu dostaw i usług	35 866	2 146	1 759	387
Zobowiązania finansowe				
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	29 142	6 695	6 691	4

Tabela przedstawia analizę wrażliwości wyniku finansowego na zmiany kursów walutowych na dzień 30 czerwca 2025 roku:

Grupy/kategorie instrumentów finansowych	EUR		USD	
	5%	-5%	5%	-5%
	wpływ na wynik finansowy tys. zł		wpływ na wynik finansowy tys. zł	
Aktywa finansowe				
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	97,5	- 97,5	0,3	- 0,3
Należności z tytułu dostaw i usług (brutto)	87,9	- 87,9	19,4	- 19,4
Zobowiązania finansowe				
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	- 334,6	334,6	- 0,2	0,2

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 Grupy jest wrażliwa na zmiany poziomu rynkowych stóp procentowych.

Grupa 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 2025 roku Grupa korzystała z zewnętrznych źródeł finansowania w formie kredytów bankowych: obrotowych, w rachunku bieżącym i inwestycyjnych.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku Grupa posiadała zobowiązanie z tytułu zaciągniętych kredytów w wysokości 7 190 tys. zł:

Waluta	Oprocentowanie	Saldo kredytów	Z tego kredyty	
			Krótkoterminowe	Długoterminowe
PLN	WIBOR + marża banku	7 190	2 486	4 704

Grupa 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.

Struktura instrumentów finansowych narażonych na ryzyko zmiany stóp procentowych na dzień 30 czerwca 2025 roku została przedstawiona w tabeli poniżej:

Grupy/kategorie instrumentów finansowych	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2025 tys. zł	Wartość narażona na ryzyko na dzień 30.06.2025 tys. zł	WIBOR tys. zł
Aktywa finansowe			
Środki pieniężne w kasie i na rachunkach	48 164	-	-
Zobowiązania finansowe			
Kredyty bankowe	7 190	7 190	7 190
Pozostałe zobowiązania finansowe	1 480	1 480	1 480

W poniższej tabeli została zaprezentowana analiza wrażliwości wyniku finansowego na zmiany stóp procentowych na dzień 30 czerwca 2025 roku:

Stopa procentowa	Założenia odchylenia (w punktach procentowych) 30 czerwca 2025 roku		Wartość narażona na ryzyko dzień 30.06.2025 tys. zł	Wpływ na wynik finansowy 30 czerwca 2025 roku tys. zł	
WIBOR	1%	-1%	7 190	- 72,0	72,0

Ryzyko niewypłacalności

Ryzyko niewypłacalności oznacza ryzyko nie wywiązania 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 niewypłacalności umożliwiają limity weryfikowane i zatwierdzane na bieżąco 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 niewypłacalności wobec pojedynczego kontrahenta, ani grupy kontrahentów.

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 niezmnieszonej istotnie zakresie. Grupa nie prowadziła działalności, która została zaniechana w okresie I półrocza 2025 roku.

Sprawozdania finansowe wszystkich jednostek sporządzone zostały za ten sam okres sprawozdawczy, przy zastosowaniu spójnych zasad rachunkowości. Rokiem obrotowym spółek Grupy jest rok kalendarzowy.

Jednostki podlegające konsolidacji:

wg stanu na 30 czerwca 2025 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 roku	28 września 2015 roku
% posiadanego kapitału	100%	100%

Omówienie wyników Grupy

Grupa Makarony Polskie	II kwartał 2025	I półrocze 2025	II kwartał 2024	I półrocze 2024
Przychody netto ze sprzedaży	73 265	149 006	71 116	152 423
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	71 540	145 631	70 221	150 022
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	1 725	3 375	895	2 401
Koszt własny	56 825	114 018	50 594	106 269
Koszty wytworzenia sprzedanych produktów i usług	55 768	111 743	49 829	104 429
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	1 057	2 275	765	1 840
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	16 440	34 988	20 522	46 154
Koszty sprzedaży	8 981	17 890	6 337	17 060
Koszty ogólnego zarządu	3 271	6 133	3 034	5 561
Pozostałe przychody	1 913	4 375	855	1 583

Pozostałe koszty	710	782	1 354	2 416
Zysk (strata) z działalności kontynuowanej	5 391	14 558	10 652	22 700
Przychody finansowe	485	1 084	346	627
Koszty finansowe	283	621	354	725
Zysk (strata) brutto	5 593	15 021	10 644	22 602
Podatek dochodowy	1 033	2 839	1 992	4 487
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej, w tym przypadający na:	4 560	12 182	8 652	18 115
- akcjonariuszy jednostki dominującej	4 560	12 182	8 652	18 115
Podstawowy wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,41	1,10	0,78	1,64
Rozwodniony wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,41	1,10	0,78	1,64
Inne całkowite dochody/straty netto	0	0	0	0
Całkowite dochody netto ogółem, w tym przypadające na:	4 560	12 182	8 652	18 115
- akcjonariuszy jednostki dominującej	4 560	12 182	8 652	18 115
- udziały niekontrolujące	0	0	0	0

Pierwsze półrocze 2025 roku cechowało się zwiększeniem presji cenowej ze strony sieci handlowych oraz agresywną polityką cenową konkurencji. Sytuacja ta wymuszała na producentach konieczność stałego i rzetelnego kontrolingu współczynników kosztowych celem zachowania właściwego poziomu rentowności produkcji. Grupa koncentrowała się na optymalizacji produkcji w trzech swoich zakładach produkcyjnych oraz na dostosowaniu oferty handlowej do zmieniających się trendów i warunków rynkowych. W pierwszym półroczu 2025 roku Grupa skupiła się na optymalizacji zdolności produkcyjnych, modernizacji parku maszynowego i rozwoju kompetencji w zakresie technologii produkcji.

Wartość skonsolidowanych przychodów Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2025 roku wyniosła 149,0 mln zł i była niższa o ok. 2,2% w stosunku do I półrocza 2024 roku. Koszt własny sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów w I półroczu 2025 roku wyniósł ok. 114,0 mln zł (wzrost o ok. 7,3%). Koszty sprzedaży wyniosły ok. 17,9 mln zł w I półroczu 2025 roku i wzrosły o ok. 0,8 mln zł w porównaniu do I półrocza 2024 roku. Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) w I półroczu 2025 roku wyniósł ok. 14,6 mln zł w porównaniu do 22,7 mln zł w I półroczu 2024 roku (spadek o ok. 36%). Zysk netto w I półroczu 2025 roku wyniósł ok. 12,2 mln zł i jest niższy od wyniku I półrocza 2024 roku o ok. 5,9 mln zł (spadek o ok. 33%).

Na koniec I półrocza 2025 roku Grupa zanotowała EBITDA na poziomie ok. 22,5 mln zł, w porównaniu do wyniku ok. 30,2 mln zł w I półroczu 2024 roku, co daje spadek o ok. 7,7 mln zł r/r. Rentowność sprzedaży liczona na poziomie zysku netto wyniosła w I półroczu 2025 roku ok. 8,2%.

Osiągnięte wyniki vs. prognozy

Grupa Makarony Polskie nie publikowała prognoz finansowych na rok obrotowy 2025.

Segmenty operacyjne Grupy

Przychody ze sprzedaży produktów, usług, towarów i materiałów wg segmentów działalności

Dla celów zarządczych Grupa podzielona jest na jednostki biznesowe w oparciu o oferowane produkty i usługi.

	II kwartał 2025	I półrocze 2025	II kwartał 2024	I półrocze 2024
Przychody ze sprzedaży produktów	69 992	142 369	69 216	147 481
Przychody ze sprzedaży usług w tym:	1 548	3 262	1 005	2 541
- usługowa produkcja	301	835	265	531
- z tytułu najmu, składowania	1 227	2 386	517	1 745
- pozostałe	20	41	223	265
Przychody ze sprzedaży materiałów	3	34	7	11
Przychody ze sprzedaży towarów	1 722	3 341	888	2 390
Razem	73 265	149 006	71 116	152 423

W I półroczu 2025 roku Grupa zanotowała spadek przychodów ze sprzedaży o ok. 2,2% w stosunku do I półrocza 2024 roku. Przychody ze sprzedaży wyniosły w tym okresie ok. 149,0 mln zł.

Wartość przychodów Grupy w II kwartale 2025 roku wyniosła 73,3 mln zł i była wyższa o ok. 3% w stosunku do analogicznego okresu 2024 roku.

Przychody ze sprzedaży z podziałem na segmenty operacyjne

W I półroczu 2025 roku Grupa Makarony Polskie realizowała sprzedaż według następujących grup produktowych, osiągając z tego tytułu następujące przychody:

	II kwartał 2025	I półrocze 2025	II kwartał 2024	I półrocze 2024
Makarony	49 757	107 867	55 901	120 218
Przetwory mięsno-warzywne	20 389	34 809	13 254	26 910
Przetwory warzywne i owocowe	1 464	3 034	1 210	3 167
Pozostałe	1 655	3 296	751	2 128
Razem	73 265	149 006	71 116	152 423

Grupa zastosowała MSSF 8 „Segmenty operacyjne”. Zgodnie z wymogami MSSF 8, należy identyfikować segmenty operacyjne w oparciu o wewnętrzne raporty dotyczące tych elementów, które są regularnie weryfikowane przez osoby decydujące o przydzielaniu zasobów do danego segmentu i oceniające jego wyniki finansowe. W zakresie aktywów i zobowiązań główne organy odpowiedzialne za podejmowanie decyzji operacyjnych nie analizują danych w przekroju na segmenty operacyjne.

Przychody ze sprzedaży Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2025 roku wyniosły ok. 149,0 mln zł i były niższe o ok. 2,2% w stosunku do I półrocza 2024 roku (o ok. 3,4 mln zł).

Przychody ze sprzedaży w kategorii makaronów w I półroczu 2025 spadły o ok. 12,4 mln zł do kwoty ok. 107,9 mln zł. Spadek sprzedaży o ok. 10,3% spowodowany był głównie spadkiem cen u klientów wynikającym ze stabilizacji cen surowców na rynkach, agresywną polityką handlową konkurentów oraz presją sieci na niższe ceny w związku z prowadzoną polityką niskich cen.

Porównując I półrocze 2025 roku do analogicznego okresu w roku 2024 wynik brutto ze sprzedaży w segmencie makaronów spadł o ok. 11,2 mln zł.

Sprzedaż Grupy w segmencie przetworów mięsno-warzywnych wzrosła w analizowanym okresie o ok. 7,9 mln zł do kwoty ok. 34,8 mln zł. (wzrost o ok. 29,4%).

Porównując I półrocze 2025 roku do analogicznego okresu w roku 2024 wynik brutto ze sprzedaży w segmencie przetworów mięsno-warzywnych spadł o ok. 0,9 mln zł.

Sprzedaż kategorii przetwory warzywne i owocowe wyniosła ok. 3,0 mln zł (obniżka o ok. 0,1 mln zł w stosunku do I półrocza 2024 roku).

Struktura aktywów i pasywów Grupy

AKTYWA	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024	30 czerwca 2024
AKTYWA TRWAŁE	130 338	128 412	135 864
Rzeczowe aktywa trwałe	115 555	119 940	126 915
Aktywa trwałe – MSSF-16	6 233	5 644	6 344
Nieruchomości inwestycyjne	0	0	0
Wartość firmy	188	188	188
Inne wartości niematerialne	1 999	2 126	2 135
Należności długoterminowe	5 904	0	0
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	444	492	276
Pozostałe aktywa- długoterminowe	15	22	6
AKTYWA OBROTOWE	128 274	125 427	114 936
Zapasy	33 888	28 216	32 872
Należności krótkoterminowe	45 817	38 844	35 128
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	0	0	0
Udzielone pożyczki	0	0	0
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	48 164	53 099	46 510
Pozostałe aktywa- krótkoterminowe	405	384	426
Aktywa trwałe przeznaczone do zbycia	0	4 884	0
SUMA AKTYWÓW	258 612	253 839	250 800
PASYWA	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024	30 czerwca 2024
KAPITAŁ WŁASNY	175 952	173 642	159 111
Kapitał podstawowy	33 120	33 120	33 120
Kapitał zapasowy	111 610	88 271	88 271
Kapitał rezerwowy	25 000	25 000	25 000
Kapitał z aktualizacji wyceny	0	0	0
Akcje własne	- 2 716	- 1 020	0
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	8 938	28 271	12 720
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	25 627	28 429	32 546
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	2 503	2 960	3 083
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	4 704	5 675	7 183
Pozostałe długoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	1 066	1 013	1 005
Przychody przyszłych okresów- długoterminowe	12 074	13 301	14 597

Długoterminowe zobowiązania finansowe- leasing	5 280	5 480	6 678
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	57 033	51 768	59 143
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	2 486	3 021	3 316
Pozostałe krótkoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Krótkoterminowe zobowiązania finansowe- leasing	2 583	2 276	2 223
Zobowiązanie finansowe z tytułu dywidendy	8 176	0	8 280
Krótkoterminowe zobowiązania związane z aktywami trwałymi przeznaczonymi do sprzedaży	0	229	0
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	34 586	33 351	32 793
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	255	5 177	3 508
Przychody przyszłych okresów-krótkoterminowe	3 723	3 511	3 098
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	3 566	3 353	3 576
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	1 658	850	2 349
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	82 660	80 197	91 689
SUMA PASYWÓW	258 612	253 839	250 800

Suma bilansowa Grupy na dzień 30 czerwca 2025 roku wyniosła ok. 258,6 mln zł w stosunku do kwoty ok. 253,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2024 roku oraz do kwoty ok. 250,8 mln zł na dzień 30 czerwca 2024 roku.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku wartość aktywów trwałych ukształtowała się na poziomie - ok. 130,3 mln zł.

Aktywa obrotowe wynosiły na dzień 30 czerwca 2025 roku ok. 128,3 mln zł i wzrosły o ok. 11,6% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 115 mln zł) i 2,3% w porównaniu do 31 grudnia 2024 roku (ok. 125,4 mln zł). Największe zmiany w obrębie aktywów obrotowych nastąpiły na należnościach (wzrost o ok. 7,0 mln zł, tj. o ok. 18,0% w stosunku do końca 2024 roku) oraz środkach pieniężnych (spadek o ok. 4,9 mln zł, tj. o ok. 9,3% w stosunku do końca 2024 roku).

Kapitał własny na dzień bilansowy wynosił ok. 176,0 mln zł i wzrósł o ok. 10,6% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 159,1 mln zł) i ok. 1,3% w porównaniu do 31 grudnia 2024 (ok. 173,6 mln zł). Zmiana spowodowana była skonsolidowanym zyskiem za rok 2024 w wysokości ok. 33,7 mln zł i zyskiem za I półrocze 2025 roku w wysokości 12,2 mln zł.

Zobowiązania długoterminowe wynosiły ok. 25,6 mln i spadły o ok. 21,3% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 32,5 mln zł) i 9,9% w porównaniu do 31 grudnia 2024 roku

(ok. 28,4 mln zł), głównie z powodu spadku długoterminowych kredytów (ok. -1 mln zł) i długoterminowych przychodów przyszłych okresów (ok. 1,2 mln. zł)

Zobowiązania krótkoterminowe na dzień 30 czerwca 2025 roku wynosiły ok. 57 mln zł i spadły o ok. 3,6% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 59,1 mln zł) i wzrosły o 10,2% w porównaniu do 31 grudnia 2024 roku (ok. 51,8 mln zł), głównie z powodu zobowiązań finansowych z tytułu dywidendy (ok. 8,2 mln. zł).

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 w I półroczu 2025 roku jest:

- generowanie dodatnich przepływów pieniężnych na działalności operacyjnej w kwocie ok. 3,3 mln zł,
- realizowanie przez Grupę części zakupów bez wykorzystania kredytu kupieckiego, w celu zmniejszenia kosztów finansowych,
- realizacja inwestycji (w I półroczu 2025 roku wydatki inwestycyjne na poziomie 3,2 mln zł),
- na koniec czerwca 2025 roku wskaźnik zadłużenia netto do EBITDA ma wartości ujemne, co oznacza, że Grupa generuje nadwyżki środków pieniężnych.

W ocenie Zarządu brak zagrożeń które uniemożliwiłyby regulowanie zaciągniętych zobowiązań. W związku z wydatkami związanymi z realizacją projektów inwestycyjnych w kolejnych okresach może wzrosnąć zadłużenie Grupy.

Pozostałe informacje finansowe

Informacje o udzielonych pożyczkach

W trakcie I półrocza 2025 spółki Grupy Makarony Polskie nie udzielały pożyczek.

Informacje o udzielonych i otrzymanych gwarancjach

W trakcie I półrocza 2025 z gwarancji otrzymanych korzystały spółki Makarony Polskie SA oraz Stoczek Natura Sp. z o.o.

Zestawienie gwarancji obowiązujących w spółce Makarony Polskie SA na dzień 30 czerwca 2025 roku obrazuje poniższa tabela:

Gwarant	Kwota gwarancji w tys. zł	Termin ważności gwarancji	Przedmiot zabezpieczenia gwarancją	Zabezpieczenie
Santander Bank Polska SA	457	do 31.03.2027	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego	- hipoteka umowna do kwoty 686 tys. zł na nieruchomościach Spółki w Rzeszowie oznaczonej KW nr RZ1Z/00076860/5 wraz z cesją praw z polisy ubezpieczenia nieruchomości; - weksel własny in blanco wraz z deklaracją wekslową; - oświadczenie spółki o poddaniu się egzekucji złożone w trybie art. 777 k.p.c. w formie aktu notarialnego
Santander Bank Polska SA	312	do 20.03.2028	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego	oświadczenie spółki o poddaniu się egzekucji złożone w trybie art. 777 k.p.c. w formie aktu notarialnego

Po dniu bilansowym spółka Makarony Polskie SA zawarła z Santander Bank Polska SA gwarancję wadialną w wysokości 1 390 tys. zł zabezpieczającą wadium w przetargu kontraktu instytucjonalnego.

Zestawienie gwarancji obowiązujących w spółce Stoczek Natura Sp. z o.o. na dzień 30 czerwca 2025 roku obrazuje poniższa tabela:

Gwarant	Kwota gwarancji w tys. zł	Termin ważności gwarancji	Przedmiot zabezpieczenia gwarancją	Zabezpieczenie
BNP Paribas Bank Polska SA	559	do 31.03.2026	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego	- hipoteka umowna do kwoty 10 800 tys. zł na nieruchomości oznaczonej w KW nr LU1U/00022979/2 w Stoczku Łukowskim wraz z cesją polisy ubezpieczenia nieruchomości; - weksel in blanco z wystawienia spółki wraz z deklaracją wekslową; - oświadczenie o poddaniu się egzekucji złożone w trybie art. 777 k.p.c. w formie aktu notarialnego złożone przez spółkę
BNP Paribas Bank Polska SA	604	do 29.02.2028	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego	

			kontraktu instytucjonalnego
BNP Paribas Bank Polska SA	1 222	do 31.08.2027	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego
BNP Paribas Bank Polska SA	1 852	do 30.11.2025	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego

Informacje o udzielonych i otrzymanych poręczeniach

W trakcie I półrocza 2025 roku spółki Grupy Makarony Polskie nie udzielały poręczeń i nie korzystały z poręczeń.

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

W trakcie I półrocza 2025 roku spółki Grupy Makarony Polskie nie zawierały między sobą istotnych transakcji na warunkach innych niż rynkowe.

W ramach Grupy Makarony Polskie poszczególne spółki zawierają pomiędzy sobą transakcje kupna i sprzedaży produktów, towarów i usług. Pomędzy spółkami funkcjonują umowy określające warunki współpracy, dostosowane do struktury organizacyjnej Grupy. Wszystkie transakcje przeprowadzane są na zasadach i warunkach rynkowych.

Pozycje pozabilansowe

Wartości otrzymanych gwarancji, zabezpieczeń, zobowiązań wekslowych, hipotek i innych zobowiązań pozabilansowych w poniższych tabelach zostały zaprezentowane w maksymalnych wartościach.

Grupa Makarony Polskie (w tys. zł)	30 czerwca 2025 roku	31 grudnia 2024 roku
1. Aktywa warunkowe	5 006	3 698
- otrzymanych gwarancji i poręczeń	5 006	3 550
- zabezpieczenia na majątku	0	0
- weksli	0	148

2. Zobowiązania warunkowe	55 830	59 818
- z tytułu udzielonych gwarancji i poręczeń	0	0
- zabezpieczeń na majątku	47 486	52 486
- zobowiązań wekslowych	8 344	7 332
Pozycje pozabilansowe razem	-50 824	-56 120

Makarony Polskie SA (w tys. zł)	30 czerwca 2025 roku	31 grudnia 2024 roku
1. Aktywa warunkowe	769	1 313
- otrzymanych gwarancji i poręczeń	769	1 165
- zabezpieczenia na majątku	0	0
- weksli	0	148
2. Zobowiązania warunkowe	40 793	46 633
- z tytułu udzielonych gwarancji i poręczeń	0	0
- zabezpieczeń na majątku	36 686	41 686
- zobowiązań wekslowych	4 107	4 947
Pozycje pozabilansowe razem	-40 024	-45 320

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

Makarony Polskie SA	II kwartał 2025	I półrocze 2025	II kwartał 2024	I półrocze 2024
Przychody ze sprzedaży	59 910	128 393	68 370	145 624
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	49 253	106 679	55 634	118 957
Przychody netto ze sprzedaży materiałów i towarów	10 657	21 714	12 736	26 667
Koszt własny	46 877	99 253	49 807	105 442
Koszt wytworzenia sprzedanych produktów i usług	37 055	79 219	37 649	80 422
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	9 822	20 034	12 158	25 020
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	13 033	29 140	18 563	40 182
Koszty sprzedaży	8 375	16 807	7 967	17 894
Koszty ogólnego zarządu	2 685	5 095	2 661	4 656
Pozostałe przychody	1 362	3 364	808	1 430
Pozostałe koszty	516	583	843	1 763
Zysk (strata) z działalności kontynuowanej	2 819	10 019	7 900	17 299
Przychody finansowe	2 512	3 162	349	589
Koszty finansowe	268	594	348	711
Zysk (strata) brutto	5 064	12 587	7 901	17 177
Podatek dochodowy	522	2 015	1 496	3 420
Zysk (strata) netto z działalności kontynuowanej, w tym przypadający na:	4 542	10 573	6 405	13 757
- akcjonariuszy jednostki dominującej	4 542	10 573	6 405	13 757
Podstawowy wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,41	0,96	0,58	1,25
Rozwodniony wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,41	0,96	0,58	1,25
Inne całkowite dochody/straty netto	0	0	0	0
Całkowite dochody netto ogółem, w tym przypadające na:	4 542	10 573	6 405	13 757
- akcjonariuszy jednostki dominującej	4 542	10 573	6 405	13 757
- udziały niekontrolujące	0	0	0	0

Wartość przychodów Spółki w I półroczu 2025 roku wyniosła ok. 128,4 mln zł i była niższa o ok. 17,2 mln zł w stosunku do I półrocza 2024 roku (ok. 11,8%).

Koszt własny sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów w I półroczu 2025 roku wyniósł ok. 99,3 mln zł i był niższy w porównaniu do I półrocza 2024 roku o ok. 5,9%. Koszty sprzedaży wyniosły ok. 16,8 mln zł i spadły o ok. 1,1 mln zł (ok. 6,1%) w stosunku do analogicznego okresu 2024 roku.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) w I półroczu 2025 roku wyniósł ok. 10,0 mln zł w porównaniu do 17,3 mln zł w I półroczu 2024 roku (spadek o ok. 42,1%). Zysk netto wyniósł ok. 10,6 mln zł i jest niższy o ok. 3,2 mln zł (ok. 23,1%).

Struktura aktywów i pasywów spółki Makarony Polskie SA

AKTYWA	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024	30 czerwca 2024
AKTYWA TRWAŁE	125 786	123 777	131 725
Rzeczowe aktywa trwałe	81 683	86 048	93 313
Aktywa trwałe –MSSF-16	6 234	5 643	6 344
Nieruchomości inwestycyjne	0	0	0
Inne wartości niematerialne	1 870	1 984	1 982
Wartość firmy	0	0	0
Długoterminowe aktywa finansowe w tym:	30 080	30 080	30 080
- udziały	30 080	30 080	30 080
- udzielone pożyczki	0	0	0
Należności długoterminowe	5 904	0	0
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	0	0
Pozostałe aktywa- długoterminowe	15	22	6
AKTYWA OBROTOWE	105 470	109 044	102 003
Zapasy	24 573	16 834	24 173
Należności krótkoterminowe	34 801	36 077	33 101
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	0	0	0
Udzielone pożyczki	0	0	0
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	45 745	50 929	44 353
Pozostałe aktywa - krótkoterminowe	351	320	376
Aktywa trwałe przeznaczone do zbycia	0	4 884	0
SUMA AKTYWÓW	231 256	232 821	233 728
PASYWA	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024	30 czerwca 2024
KAPITAŁ WŁASNY	159 589	158 888	147 515
Kapitał podstawowy	33 120	33 120	33 120
Kapitał zapasowy	93 612	75 638	75 638
Kapitał rezerwowy	25 000	25 000	25 000

Akcje własne	- 2 716	- 1 020	0
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	10 573	26 150	13 757
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	22 453	25 052	29 014
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	2 539	2 974	3 125
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	4 704	5 675	7 183
Pozostałe długoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	986	941	938
Przychody przyszłych okresów - długoterminowe	8 944	9 983	11 090
Długoterminowe zobowiązania finansowe - leasing	5 280	5 479	6 678
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	49 214	48 881	57 199
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	2 486	3 021	3 316
Pozostałe krótkoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Krótko terminowe zobowiązania finansowe - leasing	2 583	2 276	2 223
Krótkoterminowe zobowiązania związane z aktywami trwałymi przeznaczonymi do sprzedaży	0	229	0
Zobowiązania finansowe z tyt. dywidendy	8 176	0	8 280
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	29 486	33 599	33 203
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	0	4 251	2 858
Przychody przyszłych okresów (krótkoterminowe)	2 128	2 207	2 199
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	2 798	2 606	2 771
Pozostałe rezerwy(krótkoterminowe)	1 557	692	2 349
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	71 667	73 933	86 213
SUMA PASYWÓW	231 256	232 821	233 728

Suma bilansowa Makarony Polskie SA na dzień 30 czerwca 2025 roku wyniosła ok. 231,3 mln zł w stosunku do kwoty ok. 232,8 mln zł na dzień 31 grudnia 2024 roku oraz do kwoty 233,7 mln zł na dzień 30 czerwca 2024 roku.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku wartość aktywów trwałych ukształtowała się na poziomie ok 125,8 mln zł.

Aktywa obrotowe na dzień 30 czerwca 2025 roku wynosiły ok. 105,5 mln zł i wzrosły o ok. 3,4% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 102 mln zł) oraz spadły o ok. 3,3% w porównaniu do 31 grudnia 2024 (ok. 109 mln zł). Największe zmiany w obrębie aktywów obrotowych nastąpiły na należnościach (spadek o ok. 1,3 mln zł, tj. o ok. 3,5% w stosunku do końca 2024 roku), zapasach (wzrost o ok. 7,7 mln zł,

tj. o ok. 46% w stosunku do końca 2024 roku) oraz środkach pieniężnych (spadek o ok. 5,2 mln zł w stosunku do końca 2024 roku).

Kapitał własny na dzień bilansowy wynosił ok. 159,6 mln zł i wzrósł o ok. 8,2% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 147,5 mln zł) i praktycznie nie zmienił się w porównaniu do 31 grudnia 2024 roku (ok. 158,9 mln zł).

Zobowiązania długoterminowe wynosiły ok. 22,5 mln i spadły o ok. 22,6% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 29 mln zł) i ok. 10,4% w porównaniu do 31 grudnia 2024 roku (ok. 25,1 mln zł), głównie z powodu spadku długoterminowych kredytów o ok. 1 mln zł i długoterminowych przychodów przyszłych okresów.

Zobowiązania krótkoterminowe na dzień 30 czerwca 2025 roku wynosiły ok. 49,2 mln zł i spadły o ok. 13,9% w porównaniu do 30 czerwca 2024 roku (ok. 57,2 mln zł) i praktycznie nie wzrosły w porównaniu do 31 grudnia 2024 roku (ok. 48,9 mln zł), głównie z powodu wzrostu zobowiązań finansowych z tytułu dywidendy, zobowiązań z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych, jak i pozostałych zobowiązań krótkoterminowych.

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 2025, zakończony 30 czerwca 2025 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 ich wynik finansowy.

Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki i Grupy Makarony Polskie za okres od 1 stycznia 2025 roku do 30 czerwca 2025 roku zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki i Grupy, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyka.

Zatwierdzenie sprawozdania finansowego

Niniejsze Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Kapitałowej Makarony Polskie SA zostało zatwierdzone do udostępnienia przez Zarząd jednostki dominującej dnia 30 września 2025 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: 33 120 213 zł (opłacony w całości)

Zapraszamy do kontaktu pod adresem e-mail:

relacje@makarony.pl

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