

**Sprzedaż Grupy Makarony Polskie
w okresie I-V 2012 roku i w analogicznym okresie roku 2011**

sprzedaż w tys. PLN	styczeń			luty			marzec			I Q		
	2011	2012	%	2011	2012	%	2011	2012	%	2011	2012	%
makarony	7 492	8 430	13%	9 205	8 833	-4%	9 980	9 540	-4%	26 678	26 803	0%
dania gotowe, sosy, dżemy, konserwy	1 070	1 887	76%	1 246	2 034	63%	4 238	1 933	-54%	6 554	5 854	-11%
inne produkty, usługi i surowce	51	86	70%	17 450	51	-100%	256	166	-35%	17 756	304	-98%
suma	8 613	10 403	21%	27 901	10 918	-61%	14 474	11 639	-20%	50 988	32 960	-35%

sprzedaż w tys. kg	styczeń			luty			marzec			I Q		
	2011	2012	%	2011	2012	%	2011	2012	%	2011	2012	%
makarony	2 844	2 957	4%	3 804	3 048	-20%	4 203	3 265	-22%	10 851	9 270	-15%
dania gotowe, sosy, dżemy, konserwy	160	284	78%	194	235	21%	1 612	299	-81%	1 966	819	-58%
suma	3 004	3 242	8%	3 998	3 283	-18%	5 815	3 565	-39%	12 817	10 089	-21%

Przedstawione powyżej wartości mają charakter poglądowy i zawierają przybliżone informacje o sprzedaży Grupy Makarony Polskie.

Sprzedaż Grupy Makarony Polskie w okresie I-V 2012 roku i w analogicznym okresie roku 2011

sprzedaż w tys. PLN	kwiecień			maj			RAZEM I-V		
	2011	2012	%	2011	2012	%	2011	2012	%
makarony	8 037	7 524	-6%	8 609	8 422	-2%	43 324	42 749	-1%
dania gotowe, sosy, dżemy, konserwy	4 475	900	-80%	4 385	991	-77%	15 414	7 745	-50%
inne produkty, usługi i surowce	6 225	162	-97%	15 643	305	-98%	39 624	771	-98%
suma	18 737	8 586	-54%	28 637	9 718	-66%	98 363	51 264	-48%

sprzedaż w tys. kg	kwiecień			maj			RAZEM I-V		
	2011	2012	%	2011	2012	%	2011	2012	%
makarony	3 357	2 663	-21%	3 534	2 905	-18%	17 742	14 838	-16%
dania gotowe, sosy, dżemy, konserwy	1 823	158	-91%	1 586	131	-92%	5 375	1 108	-79%
suma	5 180	2 821	-46%	5 120	3 036	-41%	23 117	15 946	-31%

Komentarz do danych sprzedażowych (maj 2012)

Sprzedaż Grupy Makarony Polskie w maju 2012 roku wyniosła 9.7 mln zł – w porównaniu do analogicznego okresu 2011 roku była niższa o 66%. Niemniej jednak na wysokość przychodów ze sprzedaży w maju 2011 roku wpływ miały transakcje jednorazowe (sprzedaż jęczmienia) oraz kontrakty z Agencją Rynku Rolnego, które stanowiły ponad 67% wszystkich przychodów. Wyłączając z porównania nietypowe transakcje, w maju 2012 roku sprzedaż produktów pod markami własnymi oraz sieci była wyższa o ok. 2% w stosunku do analogicznego okresu ubiegłego roku.