



Sprawozdanie Zarządu z działalności Grupy Makarony Polskie w I półroczu 2026 roku



Rzeszów, 29 września 2026 roku

Spis treści

Wprowadzenie.....	2
Charakterystyka Grupy Makarony Polskie	3
Organizacja Grupy	3
Zmiany w składzie organów zarządzających i nadzorujących.....	5
Pracownicy.....	9
Kapitał akcyjny	10
Makarony Polskie SA na rynku kapitałowym	13
Działalność Grupy Makarony Polskie.....	17
Główne produkty i usługi	17
Otoczenie rynkowe.....	26
Znaczące umowy	30
Czynniki istotne dla rozwoju Grupy	32
Sytuacja finansowa	46
Omówienie wyników Grupy	46
Segmenty operacyjne Grupy	48
Struktura aktywów i pasywów Grupy	50
Pozostałe informacje finansowe	52
Wyniki finansowe spółki Makarony Polskie SA.....	57
Oświadczenia zarządu	61
Oświadczenie w sprawie rzetelności sporządzenia sprawozdania finansowego	61
Zatwierdzenie sprawozdania finansowego	61
Informacje o firmie.....	62

W I półroczu 2026 roku Grupa Makarony Polskie osiągnęła całkowite przychody ze sprzedaży na poziomie ok. 133,8 mln zł, zysk netto na poziomie ok. 9,7 mln zł, zaś EBITDA osiągnęła poziom ok. 19,4 mln zł.

Wprowadzenie



Szanowni Państwo,

Drodzy Akcjonariusze,

Przedkładam Państwu Sprawozdanie Grupy Makarony Polskie za I półrocze 2026 roku.

Nasza Grupa osiągnęła w okresie sprawozdawczym całkowite skonsolidowane przychody ze sprzedaży na poziomie ok. 133,8 mln zł, zysk netto na poziomie ok. 9,7 mln zł, zaś EBITDA osiągnęła poziom ok. 19,4 mln zł.

Zachęcam do zapoznania się z pełną treścią sprawozdania.

Z szacunkiem,

Zenon Daniłowski
Prezes Zarządu

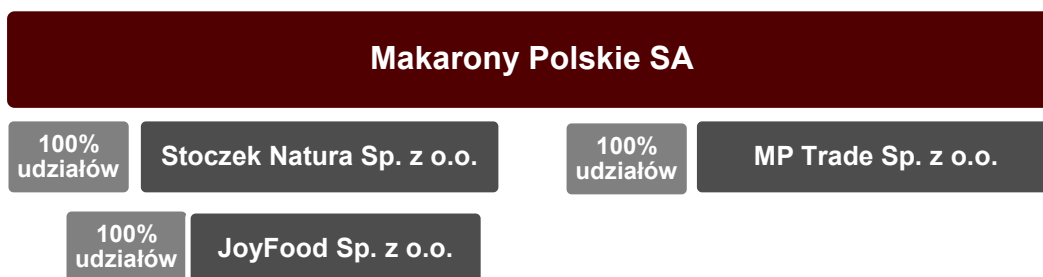
Grupa Makarony Polskie składa się z czterech spółek: trzech produkcyjnych i jednej handlowej.

Charakterystyka Grupy Makarony Polskie

Organizacja Grupy

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

- Makarony Polskie SA („Spółka”, „spółka dominująca”)
- Stoczek Natura Sp. z o.o.
 - JoyFood Sp. z o.o.
- 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, smalcze, konserwy), owocowych (dżemy, powidła) oferowanych pod markami Stoczek, Męska Rzecz, a także dań gotowych na tackach i w miseczkach oferowanych pod marką SoFood.



JoyFood Sp. z o.o. jest producentem dań gotowych na tackach, past warzywnych oraz produktów typu superfoods. Oferuje produkty pod markami własnymi, w tym Qlinary, Get it Fit oraz Joyfood Protein, a także realizuje produkcję na potrzeby klientów sieciowych i marek własnych. Działalność spółki obejmuje produkcję, konfekcjonowanie, magazynowanie oraz dystrybucję produktów na rynku krajowym i eksportowym.



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 dniu 30 czerwca 2026 roku spółka zależna Stoczek Natura Sp. z o.o. sfinalizowała akwizycję firmy JoyFood Sp. z o.o. Producenta dań gotowych na tackach, past warzywnych oraz produktów typu superfoods. Spółki, której rozbudowane portfolio brandów pozwala funkcjonować w kilku segmentach rynku jednocześnie – od żywności sportowej i wysokobiałkowej, poprzez zbilansowane dania gotowe i produkty roślinne, aż po rozwiązania skierowane do dzieci oraz szerokiego grona konsumentów poszukujących wygodnych produktów do codziennego spożycia. Wspólnym elementem oferty pozostaje połączenie wygody przygotowania posiłków z określonymi cechami funkcjonalnymi i żywieniowymi produktów.

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

Od dnia 1 stycznia 2026 roku do dnia 29 czerwca 2026 roku 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).

W dniu 29 czerwca 2026 roku, w związku z zakończeniem XI kadencji Rady Nadzorczej, Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało Radę Nadzorczą XII kadencji. Liczba Członków Rady Nadzorczej XII kadencji ustalona została na 6 osób.

W skład Rady Nadzorczej XII kadencji powołano następujące osoby:

- Michał Słomkowski,
- Roman Sobiecki,
- Ahmed Khalil,
- Dorota Podedworna-Tarnowska,
- Andrzej Szumowski,
- Wiesław Wasilewski.

Ukonstytuowanie Rady Nadzorczej XII kadencji nastąpiło w dniu 9 lipca 2026 roku. Przewodniczącym Rady Nadzorczej został Pan Roman Sobiecki, a Wiceprzewodniczącym Rady Nadzorczej Pan Ahmed Khalil.

Od dnia 29 czerwca 2026 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Rada Nadzorcza działa w składzie:

- Roman Sobiecki – Przewodniczący Rady Nadzorczej (członek zależny),
- Ahmed Khalil – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej (członek zależny),
- Dorota Podedworna-Tarnowska – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny),
- Michał Słomkowski – Członek Rady Nadzorczej (członek zależny),
- Andrzej Szumowski – Członek Rady Nadzorczej (członek niezależny),
- Wiesław Wasilewski – Członek Rady Nadzorczej (członek zależny).

KOMITET AUDYTU

W okresie od dnia 1 stycznia 2026 roku do dnia 29 czerwca 2026 roku 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).

W dniu 9 lipca 2026 roku Rada Nadzorcza XII kadencji wybrała ze swojego grona Komitet Audytu w składzie:

- Dorota Podedworna-Tarnowska – Przewodnicząca Komitetu Audytu (członek niezależny),
- Andrzej Szumowski – 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 2026 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki działa w składzie jednoosobowym. Funkcję Prezesa Zarządu pełni Zenon Daniłowski.

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania funkcję prokurentów w Spółce pełnią:

- Grażyna Kozielec – od dnia 31 maja 2012 roku,
- Beata Majewska – od dnia 31 maja 2012 roku,
- Marcin Zieliński – od dnia 19 listopada 2019 roku,
- Artur Woźniak – od dnia 15 września 2021 roku,
- Marcin Woszczak – od dnia 17 września 2026 roku.

W trakcie okresu sprawozdawczego funkcję prokurenta pełnił p. Witold Żarek. Udzielona prokura została odwołana przez Zarząd Spółki z dniem 23 kwietnia 2026 roku.

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

Rady Nadzorcze spółek zależnych

Stoczek Natura Sp. z o.o. i MP Trade Sp. z o.o.

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

JoyFood Sp. z o.o.

W dniu 30 czerwca 2026 roku, w związku ze zmianami właścicielskimi jakie zaszły w spółce JoyFood Sp. z o.o., rezygnację z dotychczasowych funkcji złożyli: p. Ryszard Charczuk Przewodniczący Rady Nadzorczej oraz p. Anita Niemczyk Wiceprzewodniczącą Rady Nadzorczej. Dodatkowo Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników odwołało ze składu Rady Nadzorczej p. Agatę Piekarską Członka Rady Nadzorczej.

W dniu 30 czerwca 2026 roku Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników JoyFood Sp. z o.o. powołało nowy skład Rady Nadzorczej:

- Marcin Zieliński – Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Wiktor Daniłowski – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej,
- Tomasz Turek – Członek Rady Nadzorczej.

Do dnia publikacji niniejszego sprawozdania skład Rady Nadzorczej nie uległ zmianie.

 Zarządy spółek zależnychStoczek Natura Sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2026 roku zarząd spółki zależnej Stoczek Natura Sp. z o.o. funkcjonował w składzie:

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

W dniu 7 lipca 2026 roku Zgromadzenie Wspólników Stoczek Natura Sp. z o.o. powołało nowy zarząd w składzie:

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

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania skład zarządu spółki zależnej Stoczek Natura Sp. z o.o. nie uległ zmianie.

Funkcję prokurenta pełni Marzena Stachura (od dnia 5 listopada 2025 roku). Udzielona prokura ma charakter łączny – prokurent może reprezentować Spółkę tylko współdziałając łącznie z innym prokurentem lub członkiem Zarządu.

JoyFood Sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2026 roku zarząd spółki zależnej JoyFood Sp. z o.o. funkcjonował w składzie:

- Małgorzata Tarnowiecka – Prezes Zarządu.

W dniu 7 lipca 2026 roku Rada Nadzorcza JoyFood Sp. z o.o. powołała nowy skład zarządu:

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

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania skład zarządu spółki zależnej JoyFood Sp. z o.o. nie uległ zmianie.

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania w spółce zależnej JoyFood Sp. z o.o. nie ma powołanych prokurentów. W okresie do dnia 7 lipca 2026 roku funkcję prokurenta pełniła p. Agnieszka Pietrzak.

MP Trade Sp. z o.o.

W okresie od 1 stycznia 2026 roku do dnia publikacji niniejszego sprawozdania zarząd spółki zależnej MP Trade Sp. z o.o. funkcjonował w składzie:

- Marcin Zieliński – Prezes Zarządu.

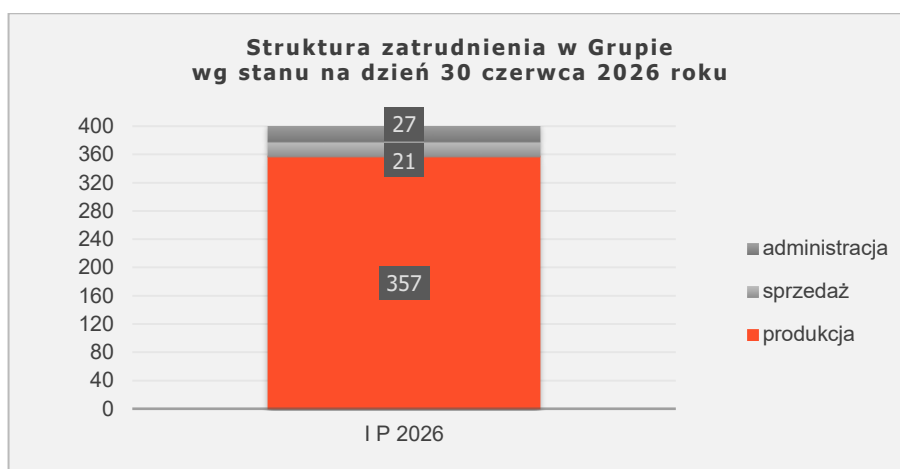
Spółka MP Trade Sp. z o.o. nie powoływała prokurentów.

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.

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 2026 roku w Grupie Makarony Polskie wyniósł łącznie 405 osób (vs. 406 osób na koniec I półrocza 2025 roku).



Polityka personalna Grupy Makarony Polskie ukierunkowana jest na pozyskiwanie, rozwój i utrzymanie wysokiej klasy specjalistów i menedżerów, którzy dzięki swojej wiedzy, doświadczeniu i zaangażowaniu przyczyniają się do realizacji celów biznesowych Grupy, wspierając 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 działania w zakresie efektywnego planowania zasobów ludzkich, z uwzględnieniem przyszłych potrzeb kadrowych. Prowadzona jest systematyczna identyfikacja przyszłych potrzeb kadrowych, przy ścisłym współudziale osób zarządzających poszczególnymi jednostkami organizacyjnymi. Realizowane są także programy szkoleniowe i rozwojowe, ukierunkowane na podnoszenie kwalifikacji pracowników oraz rozwój kompetencji istotnych z punktu widzenia potrzeb organizacji.

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 procesy rekrutacyjne prowadzone były w sposób rzetelny i przejrzysty, przy jednoczesnym uwzględnieniu potrzeb organizacyjnych i biznesowych organizacji. Decyzje dotyczące nawiązania współpracy z kandydatami podejmowane są w oparciu o określone kryteria merytoryczne, w szczególności doświadczenie zawodowe, staż pracy oraz poziom i profil wykształcenia odpowiedni do zakresu powierzanych zadań. Grupa zatrudnia kobiety i mężczyzn w różnym wieku, kierując się przede wszystkim kwalifikacjami i kompetencjami kandydatów oraz zasadą równego traktowania i przeciwdziałania dyskryminacji

Grupa chętnie bierze udział w różnego rodzaju programach stażowych skierowanych do studentów i absolwentów, doceniając wartość i kompetencje ludzi młodych, ich kreatywność i świeże spojrzenie. Umożliwia również odbywanie praktyk zawodowych uczniom szkół średnich i studentom szkół wyższych. Ponadto realizuje staże skierowane do osób bezrobotnych, finansowane ze środków Unii Europejskiej i Powiatowych Urzędów Pracy.

wg. kryterium wieku i płci	Struktura zatrudnienia pracowników Grupy na dzień 30 czerwca 2026 roku		
	kobiety	mężczyźni	razem
18-29	12	21	33
30-49	121	105	226
50+	90	56	146

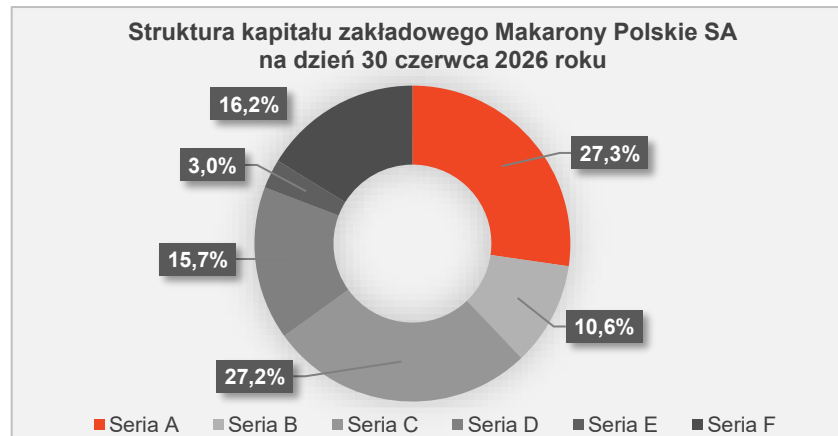
Kapitał akcyjny

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 2026		rok 2025	
	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 2025.

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 2026		rok 2025	
	liczba akcji	wartość nominalna	liczba akcji	wartość nominalna
Ahmed Khalil	0	0	0	0
Dorota Podedworna-Tarnowska	0	0	0	0
Michał Słomkowski	0	0	0	0
Roman Sobiecki	0	0	0	0
Andrzej Szumowski	0	0	0	0
Wiesław Wasilewski	29 012	87 036	29 012	87 036

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 przez Członków Rady Nadzorczej.

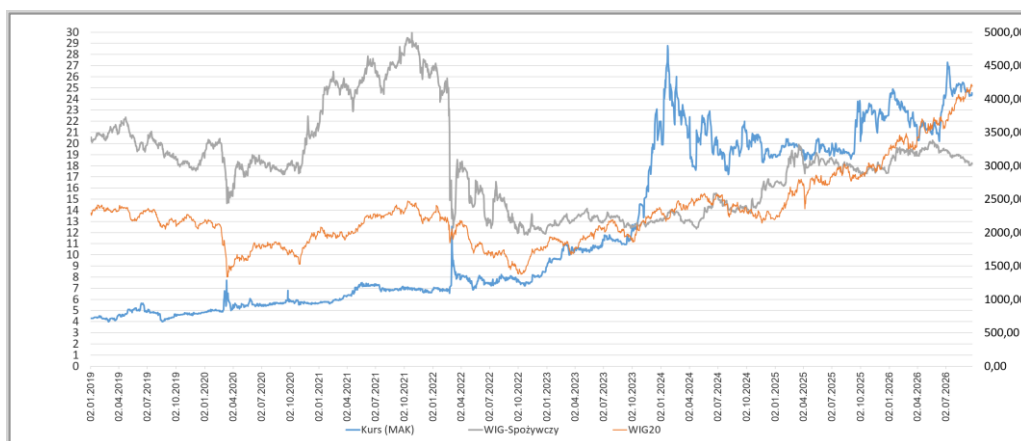
▼ Udziały w jednostkach zależnych

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	2025-01-02	2026-06-30	Zmiana od 2015-01-02
Makarony Polskie SA	6,03	6,45	4,40	5,70	9,00	19,00	24,05	+299%
WIG20	2 309	1 957	2 302	2 009	1 795	2 207	3 587	+55%
WIG-Spożywczy	2 452	4 195	3 447	3 716	2 077	2 756	3 230	+32%

W 2026 roku Spółka wypłaciła dywidendę w wysokości 0,75 zł brutto na jedną akcję, co daje kwotę 8,2 mln zł.

Informacja nt. dywidendy w Makarony Polskie SA

W okresie I półrocza 2026 spółka Makarony Polskie SA nie wypłacała dywidendy.

W 2026 roku Zarząd Spółki zarekomendował Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu, aby zysk netto za okres od 1 stycznia 2025 roku do 31 grudnia 2025 roku, w wysokości 17 416 264,25 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 29 czerwca 2026 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Makarony Polskie SA podjęło uchwały o zatwierdzeniu sprawozdań finansowych za rok obrotowy 2025 i podziale zysku netto. Decyzją Walnego Zgromadzenia zysk netto za okres od 1 stycznia 2025 roku do 31 grudnia 2025 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 15 lipca 2026 roku. Dywidenda została wypłacona w dniu 30 lipca 2026 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 2026 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.

Przyjęty Regulamin określa szczegółowe warunki nabywania przez Spółkę akcji własnych, a jego treść została przekazana do publicznej wiadomości raportem bieżącym nr 14/2024 z dnia 9 września 2024 roku. Zgodnie Regulaminem Spółka może nabywać akcje własne w celu ich umorzenia, dalszej odsprzedaży, zamiany, a także w innym celu zgodnym z Uchwałą nr 26 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 24 czerwca 2024 roku oraz art. 362 § 8 Kodeksu spółek handlowych.

W dniu 9 września 2024 roku Zarząd Spółki zawarł z firmą inwestycyjną Trigon Dom Maklerski SA ramową Umowę skupu akcji własnych Makarony Polskie SA (PLMKRNP00015) 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 trakcie I półrocza 2026 roku i w okresie do dnia publikacji niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki nie prowadził skupu akcji własnych.

Łączna liczba akcji własnych nabytych i zatrzymanych przez Spółkę w okresie od dnia 9 września 2024 roku (rozpoczęcie skupu) do dnia publikacji niniejszego raportu wynosi 139 572 akcje, co stanowi ok. 1,26% kapitału akcyjnego i taki sam udział % w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy. Akcje nabyte w ramach skupu kosztowały 2,7 mln zł, średnia cena (arytmetyczna) to 19,42 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:

W I półroczu 2026 roku rozpoczęto prace strategiczne nad uporządkowaniem architektury portfolio makaronów i doprecyzowaniem roli poszczególnych marek. Przeprowadzony audyt stanowi podstawę do dalszych prac nad wyborem marki wiodącej, spójnej idei strategicznej oraz czytelniejszym podziałem oferty produktów makaronowych.

Planowany kierunek zmian zakłada koncentrację oferty makaronów w sprzedaży detalicznej pod marką Makarony Polskie celem zwiększenia czytelności oferty tej grupy produktów oraz skupienie działań marketingowych na budowaniu jednego silnego brandu.

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 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. Obejmuje linię makaronów jajecznych w gramaturze 200g oraz 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.



ZGRANA PAKA – subbrand marki Makarony Polskie, projekt skierowany do dzieci i ich rodziców, łączący ofertę makaronów w dziecięcych kształtach z edukacją i zabawą. Stanowi element długofalowego rozwoju marki Makarony Polskie, ukierunkowany na zwiększanie jej rozpoznawalności wśród rodzin oraz budowanie relacji z młodymi konsumentami jako przyszłymi, samodzielnymi nabywcami. Celem działań jest tworzenie pozytywnych skojarzeń z marką już od najmłodszych lat oraz rozwijanie tej relacji w miarę dorastania konsumenta. Komunikację projektu wspiera strona www.zgranapaka.pl z materiałami edukacyjno-rozrywkowymi.



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.

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 są specjalnie produkowane we Włoszech, aby oddać ich unikalny smak i jakość. Przygotowane są bez dodatku konserwantów i oleju palmowego.



W ofercie marki Novelle 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.

W ofercie marki są też szpecle oryginalne niemieckie 4 jajeczne kluski, zbliżone do klusek lanych, zyskujące coraz większą popularność wśród polskich konsumentów. Wyprodukowane na bazie mąki semolinowej z pszenicy durum i jaj z chowu ściółkowego. Idealnie komponują się z sosami, mięsem, warzywami, mogą być też wykorzystywane jako dodatek do zup.



W styczniu 2026 roku oferta marki Novelle została dodatkowo rozszerzona o makaron High Protein, odpowiadający na rosnące zainteresowanie produktami o podwyższonej zawartości białka i wspierającymi świadome komponowanie diety.

PRZETWORY MIĘSNO-WARZYNNE

Asortyment przetworów mięsno-warzwnych w I półroczu 2026 roku obejmował dania gotowe pod trzema markami: So Food, Stoczek Natura i Męska Rzecz.

STOCZEK – linia dań gotowych w słoiku o gramaturze 500g to doskonały wybór dla miłośników polskiej kuchni, którzy cenią tradycyjny, domowy smak. W ofercie znajdują się m.in. takie dania jak flaki, gołąbki, bigos oraz fasolka po



bretońsku. Dania te charakteryzuje wygoda i szybkość w przygotowaniu, które wpisują się doskonale w aktualne trendy na rynku produktów spożywczych.

MĘSKA RZECZ – marka dedykowana do szerokiego grona konsumentów, którzy poszukują prostych dań, w przystępnej cenie. Portfolio obejmuje dania



w słoiku 500g oraz w puszcze 810-840g, gdzie duża porcja (XXL) ma zaspokoić duży głód lub stanowić porcję dla 2 osób. W ofercie znajdują się klasyki typu gołąbki, pupety, gulasz

wieprzowy, które są ekstra doprawione, specjalnie pod męski głód. To ulubione męskie dania, będące alternatywą dla tych wykonywanych samodzielnie w domu.



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

So Food – to nowoczesna marka pod którą oferowane są dania gotowe na tackach, w miseczkach oraz w doypacku. Wyróżnikiem tych dań jest wygodne i poręczne opakowanie, krótki czas podgrzewania (jedynie 2-3 minuty), czysta etykieta: bez barwników, bez wzmacniaczy smaku, bez konserwantów oraz szerokie portfolio: kuchnie świata, kuchnia roślinna, dania wysokobiałkowe.



Produkty So Food oferowane są na tzw. półkę suchą, czyli nie wymagają przechowywania w lodówce. Dzięki systemowi pakowania MAP zachowują swoje walory sensoryczne oraz smak bez wykorzystania sztucznych konserwantów.

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.

Portfolio marki So Food obejmuje kilka linii produktowych:

Kuchnie Świata – szeroki wybór dań w gramaturze 330g inspirowanych najbardziej charakterystycznymi smakami różnych regionów świata. Dania oferowane w tackach dwukomorowych z dodatkiem ryżu, makaronu i kaszy są propozycją dla osób lubiących odkrywać nowe smaki, ale ceniących też wygodę i szybkość przygotowania. W ofercie znajdują się dania od wyrazistych, pikantnych kompozycji kuchni meksykańskiej, po klasyki kuchni amerykańskiej i włoskiej.



Kuchnia Azjatycka – wyjątkowe i różnorodne dania pozwalające odkrywać różne oblicza kuchni azjatyckiej- pełne aromatycznych przypraw, intensywnych smaków i wyjątkowych połączeń. W ofercie znajduje się m.in. kremowy i aromatyczny Kurczak Korma, intensywny Kurczak Tikka Masala, oraz słodko-słony Kurczak Teriyaki.



Kuchnia Roślinna – linia dedykowana osobom, którzy wykluczają ze swojej diety mięso. W portfolio znajdują się dania pełne kolorowych warzyw, aromatycznych przypraw



i składników pochodzenia roślinnego, które pozwalają się cieszyć różnorodnością smaków bez konieczności rezygnowania z sycącego



posiłku. Ważnym elementem linii są również roślinne zamienniki mięsa, które dzięki wysokiej zawartości białka stanowią wartościowe uzupełnienie codziennej diety.

So Food Active – dania wysokobiałkowe - linia dedykowana osobom aktywnym fizycznie i poszukującym dań z wysoką zawartością białka. Oferowana w tackach o gramaturze 380 g. Obejmuje dwa dania gotowe: Kurczak po meksykańsku z ryżem oraz Kurczak po azjatycku z ryżem, które zawierają 30g białka, oraz trzy Sałatki High Protein zawierające kurczaka, kasze i różnorodne warzywa, jako szybkie i pełnowartościowe dania dla aktywnych. Te wysokobiałkowe kompozycje (26-27g białka w daniu), z niską zawartością cukru, są idealne do zjedzenia w pracy, po treningu czy w podróży. Mogą być zaserwowane na ciepło oraz na zimno.



Linia dań w miseczkach – łączy w sobie nowoczesne opakowanie oraz klasyczne smaki w stylu „dań jednogarnkowych” np. Leczo z kielbasą, 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.

So Food w opakowaniach typu doypack – linia tworzona dotychczas przez trzy popularne dania kuchni azjatyckiej, tj. Kurczak po indyjsku, Kurczak po chińsku i Kurczak po tajsku. Dania w gramaturze 400g przeznaczone są do skomponowania z dowolnym dodatkiem, np. ryżem lub makaronem, tworząc porcję rekomendowaną dla dwóch osób.



W I półroczu 2026 roku uzupełniona została o cztery klasyczne polskie zupy, (Ogórkowa, Krupnik, Grochowa i Pomidorowa) przygotowane według sprawdzonych receptur, gotowe do podgrzania w 3 minuty w mikrofalcówce lub garnku. Są idealnym rozwiązaniem



na szybki i pełnowartościowy obiad lub kolację. Nie wymagają przechowywania w lodówce, więc świetnie sprawdzają się również w podróży.

W związku ze zrealizowaną akwizycją spółki JoyFood Sp. z o.o., na koniec I półrocza 2026 roku, portfolio Grupy Makarony Polskie poszerzyło się o nowe produkty brandowe.

JOYFOOD – marka specjalizująca się w żywności funkcjonalnej oraz wygodnych rozwiązaniach żywieniowych, odpowiadających na zróżnicowane potrzeby współczesnych konsumentów. Obejmuje przede wszystkim gotowe posiłki o określonych parametrach żywieniowych, w tym produkty wysokobiałkowe, dania przeznaczone dla osób aktywnych fizycznie, produkty wspierające kontrolę kaloryczności i spożycia węglowodanów, a także produkty roślinne i żywność typu superfoods. Istotnym obszarem działalności marki jest segment gotowych dań funkcjonalnych, łączących wygodę przygotowania z podwyższoną wartością odżywczą. Portfolio jest rozwijane w oparciu o zmieniające się potrzeby konsumentów, w szczególności rosnące zainteresowanie żywnością wysokobiałkową, dietą zbilansowaną oraz produktami umożliwiającymi łatwe kontrolowanie wartości odżywczej spożywanych posiłków.

Portfolio marki Joyfood obejmuje kilka linii produktowych:

Get it Fit – linia gotowych dań skierowana przede wszystkim do osób aktywnych fizycznie oraz konsumentów o zwiększonym zapotrzebowaniu na białko. Oferta obejmuje sześć wariantów smakowych inspirowanych kuchniami świata w gramaturze 420g, w tym danie wegetariańskie. Produkty charakteryzują się wysoką zawartością białka oraz kontrolowaną zawartością tłuszczów i węglowodanów.



Joyfood Performance – specjalistyczna linia wysokobiałkowych dań gotowych opracowana z myślą o osobach intensywnie trenujących i aktywnych fizycznie. Produkty powstały przy współpracy ze specjalistami z zakresu żywienia i łączą funkcję pełnowartościowego posiłku z podwyższoną podażą białka (ponad 40g w porcji). W recepturach wykorzystywane są białka pochodzenia zwierzęcego i roślinnego, przy jednoczesnym zbilansowaniu udziału węglowodanów i tłuszczów.



Joyfood Protein – linia wysokobiałkowych produktów skierowana do szerokiej grupy konsumentów zainteresowanych zwiększeniem udziału białka w codziennej diecie. Oferta obejmuje trzy pełnowartościowe dania gotowe oraz dwie wysokobiałkowe sałatki z mięsem kurczaka. Produkty cechuje wysoka zawartość białka oraz ograniczona zawartość tłuszczu i cukrów. Dzięki temu odpowiadają one zarówno na potrzeby osób aktywnych fizycznie, jak i konsumentów zwracających uwagę na skład oraz wartość odżywczą posiłków.



Joyfood Glycemic Control (dawniej PROporcja) – linia pięciu zbilansowanych dań gotowych (400g) o kontrolowanej kaloryczności i kontroli odpowiedzi glikemicznej diety. Obejmuje



produkty przeznaczone dla konsumentów zwracających szczególną uwagę na indeks glikemiczny, bilans energetyczny posiłków oraz ilość i jakość spożywanych węglowodanów. Sposób oznaczania indeksu (IG) został opracowany przy współpracy z jednostką naukową Politechniki Łódzkiej.

Joyfood Kids – linia gotowych posiłków przeznaczona dla dzieci w wieku szkolnym. Produkty charakteryzują się łagodnymi recepturami, wielkością porcji dostosowaną do najmłodszych konsumentów oraz zbilansowanym pod względem żywieniowym składem.



PYSZNIEJEMY – marka obejmująca dania gotowe skierowane do szerokiego grona konsumentów, dla których istotne są smak, wygoda oraz przystępna cena. Oferta brandu bazuje na popularnych recepturach inspirowanych zarówno kuchnią polską, jak i kuchniami świata.



PASTY WARZYSWNE

Segment past warzywnych obejmuje produkty roślinne bazujące na surowcach pochodzenia roślinnego, oferowane pod markami Zdrowe Pola i WA:Żywo. W tej grupie produktów istotnymi elementami oferty są jakość surowców, ich pochodzenie oraz możliwość wykorzystania produktów jako elementu codziennej, zróżnicowanej diety.



SUPERFOODS

Segment superfoods to grupa produktów uzupełniających podstawową ofertę dań gotowych oferowanych pod markami Joyfood Superfoods, Zdrowe Pola i Zdrowe Pola EXOTIC. Obejmuje surowce roślinne takie jak ostropest plamisty, błonnik witalny, nasiona chia, babka płesznik i spirulina, a więc produkty przeznaczone są do samodzielnego komponowania posiłków i uzupełniania codziennej diety o składniki o wysokiej wartości odżywczej.



 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 znaczące 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, optymalizacja logistyki,
- minimalizacja spożycia białka zwierzęcego i zastępowanie go w diecie alternatywnym białkiem roślinnym (np. na bazie roślin strączkowych).

W 2026 roku Grupa Makarony Polskie, wykorzystując swoje zasoby know-how, kontynuowała prace w obszarze R&D wdrażając u liderów rynkowych nowe produkty funkcjonalne w ramach BIG trends tj. makarony High protein, low carbon, niskie IG, utrzymując pozycję lidera dostarczającego produkty dla najbardziej wymagających odbiorców. Wdrażane produkty z uwagi na swoją innowacyjną mają potencjał bycia motorem napędowym rozwoju sprzedaży zarówno na rynku krajowym, jak również w eksporcie. Kontynuowano również działania w obszarze zrównoważonych opakowań, w tym prowadzono analizę możliwości dalszego ograniczenia elementów opakowaniowych (np. klipsów).

Otoczenie rynkowe

Ogólne trendy rynkowe

Rynek makaronów

Na rynek makaronów wpływają sytuacja gospodarcza, siła nabywcza konsumentów oraz uwarunkowania geopolityczne. Rok 2026, podobnie jak rok 2025, dla producentów był dużym wyzwaniem ze względu na presję na obniżki cen ze strony sieci handlowych, oczekiwanie przez konsumentów promocji cenowych oraz nasilającą się konkurencję o marżę i udział w rynku. Zjawisko małej dynamiki wzrostu gospodarczego na terenie rynku UE, zjawisko „tezauryzacji” (oszczędzania zamiast konsumowania) powodowały wzrost presji kosztowej na europejskim rynku, a agresywne promocje makaronów w sieciach handlowych przyzwyczyły konsumentów do promocyjnych cen.

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 – zainteresowanie zdrowym odżywianiem oraz produktami odpowiadającymi na zróżnicowane potrzeby żywieniowe, w tym dietę wegańską, bezglutenową czy niskowęglowodanową pozostaje istotnym trendem na rynku spożywczym. Znajduje to odzwierciedlenie w rozwoju oferty produktów typu BFY (Better-For-You), bazujących na pełnych ziarnach, zbożach alternatywnych, roślinach strączkowych, składnikach bezglutenowych oraz warzywach. W ten kierunek wpisuje się również dieta planetarna, łącząca troskę o zdrowie i środowisko poprzez zwiększanie udziału produktów roślinnych w jadłospisie oraz ograniczanie spożycia mięsa. Jej rosnące znaczenie w zaleceniach żywieniowych znajduje odzwierciedlenie w nowych przepisach dotyczących żywienia w szkołach i przedszkolach. Rozporządzenie przyjęte w I półroczu 2026 roku, z terminem wejścia w życie 1 września 2026 roku, podkreśla rolę produktów pełnoziarnistych i roślin strączkowych oraz przewiduje uwzględnianie w obiedzie przynajmniej raz w tygodniu w pełni

roślinnej potrawy ze strączków. Może to sprzyjać dalszemu rozwojowi oferty produktów roślinnych przeznaczonych do żywienia zbiorowego. Jednocześnie tempo rozwoju tej kategorii pozostaje zależne od dostępności cenowej produktów oraz możliwości finansowych 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. Zgodnie z raportami posiadanymi przez Grupę 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 – pożądane 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. Dla coraz większej liczby konsumentów dania gotowe stanowią wygodną i tańszą alternatywę diety pudełkowej, nie zmuszając konsumenta do zakupu miesięcznego/tygodniowego abonamentu (jednorazowy duży wydatek), przy czym wielkość półki suchej

systematycznie kurczy się na rzecz półki chłodzonej gdzie funkcjonuje też zdecydowanie więcej producentów;

- 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 recydingowi). Opakowanie powinno być przyjazne dla środowiska, wyprodukowane z materiałów podlegających recydingowi. Od opakowań oczekuje się dodatkowo funkcjonalności, wzmacniając bardziej oczekiwania osobiste obok środowiskowych.

▼ 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 2026	I półrocze 2026	II kwartał 2025	I półrocze 2025
Kraj	52 182	118 883	67 190	139 642
Eksport, w tym:	7 630	14 857	6 075	9 364
- kraje Unii Europejskiej	2 544	5 795	3 283	5 049
- pozostałe kraje, w tym	5 086	9 062	2 792	4 315
• Ukraina	5 006	8 854	2 744	4 257
Razem	59 812	133 740	73 265	149 006

W I półroczu 2026 roku wartość sprzedaży wyniosła ok. 118,9 mln zł na rynku krajowym i ok. 14,9 mln zł w eksporcie. W analogicznym okresie 2025 roku wielkości te wyniosły odpowiednio ok. 139,6 mln zł i ok. 9,4 mln zł.

W II kwartale 2026 roku wartość sprzedaży wyniosła ok 52,2 mln zł na rynku krajowym i ok. 7,6 mln zł w eksporcie. W analogicznym okresie 2025 roku wielkości te wyniosły odpowiednio ok. 67,2 mln zł i ok. 6,1 mln zł.

Znaczące umowy

▼ Projekt akwizycyjny dotyczący nabycia przez Stoczek Natura Sp. z o.o. 100% udziałów w Joyfood Sp. z o.o.

W dniu 11 lutego 2026 roku spółka Makarony Polskie SA zawarła Porozumienie o rozpoczęciu negocjacji w sprawie nabycia 100% udziałów Joyfood Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi („Joyfood”), polskiego producenta dań gotowych na tackach, past warzywnych oraz produktów typu superfoods, którego przychody w 2025 roku wyniosły 33,6 mln zł. Porozumienie zostało zawarte na czas określony 6 miesięcy.

W toku procesu negocjacyjnego zmianie uległ podmiot bezpośrednio nabywający udiały po stronie Grupy Makarony Polskie – została nim spółka Stoczek Natura Sp. z o.o., w której Makarony Polskie SA ma 100% udziałów.

W dniu 30 czerwca 2026 roku spółka Stoczek zawarła z Joyfood Produkcja Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie („Sprzedający”) umowę sprzedaży udziałów przenoszącą własność udziałów Joyfood („Umowa Rozporządzająca”).

W wyniku sfinalizowanej transakcji spółka zależna Stoczek natura Sp. z o.o. od dnia 30 czerwca 2026 roku, stała się właścicielem wszystkich 58 905 udziałów Joyfood Sp. z o.o., o łącznej wartości nominalnej 2,9 mln zł (stanowiących 100% kapitału zakładowego i 100% głosów na zgromadzeniu wspólników Joyfood) za cenę nabycia 5,9 mln zł.

Zawarcie Umowy Rozporządzającej nastąpiło po ziszczeniu się warunków zawieszających – uzyskaniu zgody Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na dokonanie koncentracji oraz zawarciu umowy sprzedaży parku maszynowego przez Sprzedającego na rzecz Joyfood za cenę 2,5 mln zł netto.

Źródłem finansowania transakcji były środki własne spółki Stoczek Natura Sp. z o.o. oraz kredyt inwestycyjny.

Zawarcie aneksów i umów produktów bankowych z Erste Bank Polska SA przez Makarony Polskie SA

Spółka Makarony Polskie SA zawarła z Erste Bank Polska SA umowy o produkty bankowe oraz aneksy do umów, które w okresie ostatnich 12 miesięcy łącznie spełniały kryteria umowy znaczącej z uwagi na ich wartość oraz możliwość dywersyfikacji źródeł finansowania.

Umową o najwyższej istotności była aneksowana w dniu 14 lipca 2026 roku, umowa o kredyt w rachunku bieżącym z dnia 18 października 2013 roku. Aneks zwiększył kwotę limitu kredytu w rachunku bieżącym z 5 mln zł do 15 mln zł oraz wydłużył okres obowiązywania dotychczasowego limitu z dnia 2 czerwca 2027 roku do dnia 6 maja 2028 roku. Wobec zwiększenia kwoty limitu kredytu w rachunku bieżącym aneks zmienił również dotychczasowe zabezpieczenie ustawione przez Spółkę na rzecz Banku, tj. uzgodniono podniesienie wartości hipoteki umownej ustanowionej na nieruchomości położonej w miejscowości Rzeszów (księga wieczysta nr RZ1Z/00076860/5) przy czym hipoteka ta zabezpiecza również umowę na limit gwarancji. Zapisy ww. aneksu i umowy nie odbiegają od warunków powszechnie stosowanych przez Bank dla tego typu produktów. Oprocentowanie kredytu zostało ustalone w oparciu o WIBOR 1M powiększony o marżę Banku.

W trakcie I półrocza 2026 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 2026 roku wyniosły 134 mln zł i były niższe o ok. 10,0% w stosunku do I półrocza 2025 roku (o ok. 15,3 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,
- 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 kosztowa związana z sytuacją międzynarodową, 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 dywersyfikację portfela produktowego, 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. oprogramowanie WMS w obrębie magazynów usprawniło zarówno gospodarkę magazynową we wszystkich lokalizacjach Grupy, jak również system wiekowania zapasu i kontroli przepływu produktów; wdrożenie i doskonalenie oprogramowania MES w obrębie zakładów produkcyjnych pozwala na lepszą kontrolę kosztów i pracochłonności produktów oraz usprawnienie rozliczania produkcji, a oprogramowanie CMMS umożliwia doskonalenie zarządzania parkiem maszynowym i awaryjnością maszyn,
- przeprowadzenie głębokiej automatyzacji i robotyzacji procesów pakowania produktów makaronowych zwiększające zdolności przetwórcze i zmniejszające kosztachłonność 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 typu doypack, w ścisłym powiązaniu z trendami rynkowymi oraz wzrostową tendencją tego segmentu, jest dobrym prognostykiem dla wzrostu sprzedaży w przyszłych okresach,
- zrealizowana w dniu 30 czerwca 2026 roku akwizycja spółki Joyfood sp. z o.o. wzmocniła zaplecze badawczo-rozwojowe Grupy Makarony Polskie - nowoczesne i kompleksowo wyposażone laboratorium B&R tej spółki zależnej będzie istotnym elementem w prowadzeniu prac nad rozwojem oferty dań gotowych oraz doskonaleniem jakości i innowacyjności tej grupy produktów,
- 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 kosztachłonność 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, w miseczkach i opakowaniach typu doypack),
- 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 oraz optymalizacje logistyki,

- rozwój relacji z kluczowymi klientami w tym segmencie poprzez kierowane wspólne projekty badawcze w obszarze rozwoju nowych produktów.

Rozwój kanałów sprzedaży B2B i Klienci Instytucjonalni

- 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.

Rozwój kanałów sprzedaży Gastronomia / HoReCa

- rozwój kategorii makaronów, dostosowanych do oczekiwań klientów tego kanału,
- nawiązanie bądź wzmocnienie współpracy z głównymi dystrybutorami sektora gastronomicznego,
- nawiązanie współpracy z głównymi ogólnopolskimi klientami sieciowymi w kanale HoReCa.

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.

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

Wpływ sytuacji polityczno-gospodarczej w regionie Bliskiego Wschodu na działalność Makarony Polskie SA

Trwające działania wojenne oraz sytuacja w regionie Bliskiego Wschodu przełożyły się na gwałtowny wzrost cen na rynku opakowań foliowych i kartonowych, który miał wpływ na działalność spółki Makarony Polskie SA i jej grupy kapitałowej na moment publikacji tego raportu.

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

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.

Na ten moment, mimo trwającej wojny, trudno jest przewidzieć dalszą sytuację w regionie Bliskiego Wschodu 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. Grupa obserwuje istotny wzrost cen nośników energii które w parze wewnętrznych czynników krajowych, mają o wiele większe oddziaływanie na sytuację biznesu spożywczego w Polsce. Inne, wewnętrzne czynniki krajowe, mają o wiele większe oddziaływanie na sytuację biznesu spożywczego w Polsce.

▼ 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 w trakcie 2025 roku nastąpił stopniowy wzrost zamówień od klientów z Ukrainy, który utrzymuje się również w 2026 roku.

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 osiąganych 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 konwenantów 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.

▼ 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. W roku 2025 na rynku spożywczym można było zaobserwować deflację cen na półkach sklepowych. Zjawisko to nie było jednak skorelowane z kosztami produkcji, które stale rosną. Jest napędzane „wojną cenową”

największych sieci handlowych, co wymusza na całym rynku podejmowanie agresywnych działań promocyjnych w celu pozyskania klientów i pobudzenia konsumpcji. Sytuacja ta utrzymywała się również w I półroczu 2026 roku.

Działania te mają bezpośredni wpływ na spadek marż w sieciach handlowych, które w celu utrzymania poziomu swoich zysków, zwiększają presję na dostawców. Coraz częściej obserwowane jest zastępowanie wytwórców krajowych „tańszą” konkurencją zagraniczną, która nie jest zobowiązana do przestrzegania surowych norm prawnych i jakościowych panujących na rynku polskim.

Ryzyka i zagrożenia istotne dla rozwoju Grupy

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

Ryzyko zmian tendencji rynkowych

Ryzykiem mogą być ewentualne zmiany nawyków 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 i/lub istotne wzrosty kosztów logistyki). 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 okresie dynamicznych wzrostów inflacyjnych i zmniejszeniu realnej siły nabywczej konsumentów, obecnie sytuacja inflacyjna wyhamowała. Obserwowany jest trend stabilizacji, a nawet spadku cen wielu produktów spożywczych, w tym makaronów.

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,

a w konsekwencji 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 2026 roku, podobnie jak rok 2025, to okres stagnacji i 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 na rynku od kilku lat i również w okresie I półrocza 2026 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 czy Grecja. Grupa minimalizuje to ryzyko poprzez dywersyfikację swojej działalności oraz rozwój produktów innowacyjnych, m.in. w ramach prowadzonych projektów R&D. Taka strategia stwarza większe możliwości realizacji celów wolumenowych lub reagowania na niekorzystne trendy rynkowe.

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 m.in. z uwagi na dynamikę zmian kosztów, obecne okresy ustalania cen to cykle od trzymiesięcznego do 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 produkcyjnej. Rozdźwięk pomiędzy oczekiwaniami rynku, a oczekiwaniami producentów powoduje zmiany w wykorzystaniu

potencjałów wytwórczych oraz przepływy wolumenów produkcji i sprzedaży w okresach krótkoterminowych.

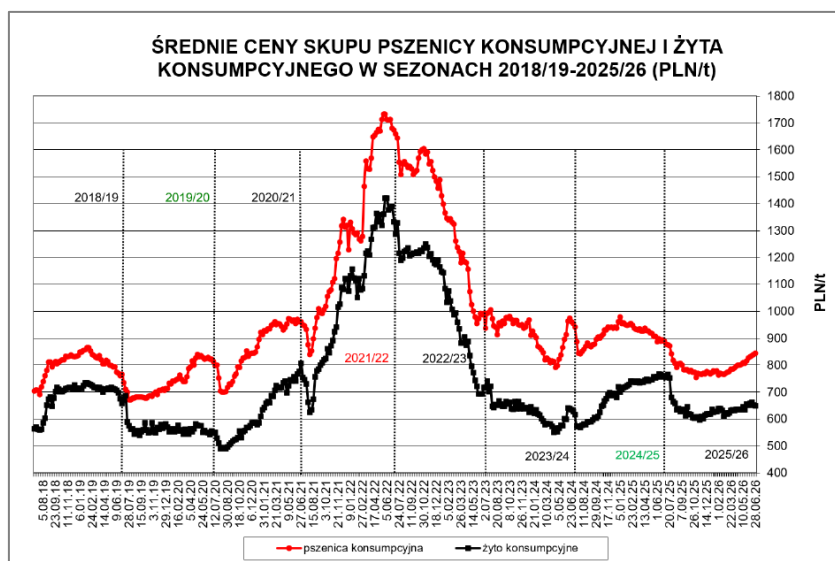
W ocenie Grupy ryzyko uzależnienia od odbiorców nie jest znaczące, ponieważ spółki Grupy prowadzą systematyczne działania w kierunku dywersyfikacji odbiorców i zwiększania liczby tzw. średnich klientów.

Ryzyko związane ze zmianami cen surowców i materiałów

Grupa Makarony Polskie konsekwentnie stara się realizować strategię zabezpieczania cen surowca długoterminowymi kontraktami zakupowymi, zawieranymi na okresy roczne i półroczne, dążąc do ograniczenia ryzyka znaczących spadków rentowności produkowanego makaronu. Niestety dynamiczne zmiany cen występujące na światowych rynkach powodują, że dostawcy wykazują bardzo ograniczoną skłonność do zawierania tego typu umów. W I półroczu 2026 roku kontrakty zawierane były, w zależności od surowca, na okresy kwartalne i półroczne (analogicznie jak w trakcie 2025 roku).

Sytuacja na rynku pszenicy w I półroczu 2026 roku była stabilna, a ceny kształtowały się na poziomach porównywalnych do cen notowanych w IV kwartale 2025 roku. Pod koniec II kwartału 2026 roku nastąpiły delikatne wzrosty cen pszenicy, na który wpływ miały przede wszystkim niekorzystne warunki pogodowe, w tym niedobór opadów oraz okresy suszy. Czynnikiem wpływającym na zmiany cen w kolejnych okresach będą przede wszystkim wielkość i jakość nowych zbiorów, sytuacja geopolityczna, w tym potencjalne skutki konfliktów zbrojnych, a także poziom cen energii elektrycznej i paliw, oddziałujących na koszty produkcji oraz logistyki w łańcuchu dostaw.

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



Źródło: Tygodniowy raport nt. rynku zbóż, olejowych i surowców paszowych – Rynek zbóż tydzień 27/2026, Sparks Polska

Ceny na rynku pszenicy durum w I półroczu 2026 roku pozostawały stabilne i utrzymywały się na poziomie z IV kwartału 2025 roku.

Pomimo bardzo dobrych zbiorów pszenic w sezonie 2025/2026, zarówno od strony ilościowej, jak i jakościowej, branża makaronowa zmuszona jest do skrupulatnej i dogłębnej selekcji dostawców w celu zapewnienia odpowiednich parametrów jakościowych produktu końcowego.

Rynek jaj i masy jajowej, po krótkotrwałej stabilizacji cen w IV kwartale 2025 roku (na bardzo wysokim poziomie), w I kwartale 2026 roku odnotował kolejne wzrosty związane z okresem Świąt Wielkanocnych. W II kwartale 2026 roku nastąpiło uspokojenie rynku i systematyczny delikatny spadek cen jaj. W kolejnych okresach na sytuację rynkową wpływ będą miały m.in. takie czynniki jak dynamika rozprzestrzeniania się ognisk ptasiej grypy, ilość kolejnych nasadzeń kur, zwiększone zapotrzebowanie na jaja z Polski w krajach Europy Zachodniej, ceny paliw oraz polityka UE dot. importu z Ukrainy.

Sytuacja na rynku opakowań foliowych i kartonowych w I kwartale 2026 roku również była bardzo dynamiczna. Działania wojenne w Iranie przełożyły się na gwałtowny wzrost cen, wynikający z braku możliwości zakupu surowca z regionów objętych konfliktem. Wzrosty cen dotyczyły zarówno folii, jak i kartonów. Przewiduje się, że wysokie ceny utrzymają się w dalszym okresie roku. W II kwartale 2026 roku nastąpiło uspokojenie sytuacji, pomimo wciąż trwającego konfliktu. Dostawcy znaleźli alternatywne rynki pozyskania surowca. To pozwoliło na zablokowanie kolejnych wzrostów cen. Jednak ceny pozostały na niezmiennie wysokim poziomie. Przewiduje się, że wysokie ceny utrzymają się w dalszym okresie roku. Bardzo duży wpływ na ceny będą miały kolejne wzrosty cen paliw i stawek transportowych.

Grupa Makarony Polskie w sposób ciągły monitoruje sytuację na rynkach surowców i materiałów do produkcji oraz poszerza grono dostawców dążąc do dywersyfikacji potencjalnych ryzyk, zwiększenia bezpieczeństwa materiałowego zakładów produkcyjnych oraz zapewnienia rzetelnej oceny warunków rynkowych.

Stoczek Natura Sp. z o.o. oraz Joyfood Sp. z o.o. są producentami dań gotowych, przy czym Stoczek Natura Sp. z o.o. prowadzi szerzej rozbudowaną działalność w zakresie przetworów owocowo-warzywnych. Obie spółki zależne funkcjonują w oparciu o szeroką sieć dostawców krajowych i zagranicznych. Grupa dysponuje infrastrukturą magazynową, w tym magazynami i mroźniami, co pozwala na efektywne zarządzanie cyklem zakupowym i ograniczanie ekspozycji na krótkoterminowe wahania cen. Umożliwia to 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. W 2025 roku sprzyjające warunki rynkowe umożliwiły aktywne zarządzanie zakupami poprzez budowę zapasów w okresach sezonowych minimów cenowych. W pierwszym półroczu 2026 roku wykorzystywane były zapasy owoców zakupione w 2025 roku. Ceny warzyw utrzymują się nadal na względnie niskim poziomie. Dobre zbiory warzyw w 2025 roku w dalszym ciągu wpływają korzystnie na poziom cen i dostępność surowców w 2026 roku. Z uwagi na profil działalności Stoczek Natura Sp. z o.o. i Joyfood Sp. z o.o. sytuacja na rynku surowców roślinnych pozostaje istotnym elementem zarządzania kosztami produkcji w obu spółkach zależnych.

Surowce zwierzęce - mięso pozostaje jednym z kluczowych czynników kosztowych w produkcji dań gotowych zarówno w Stoczek Natura Sp. z o.o., jak i Joyfood Sp. z o.o. Spółki zależne stosują strategię zabezpieczania zapasów z wyprzedzeniem, wykorzystując okresowe spadki cen, co pozwala łagodzić wpływ wzrostu kosztów oraz daje czas na renegocjacje warunków handlowych z sieciami detalicznymi. W pierwszym półroczu 2026 roku utrzymywały się stosunkowo niskie ceny mięsa. Jednocześnie identyfikowane są czynniki ryzyka wynikające z podwyższonego poziomu cen drobiu, związanego m.in. z ogniskami chorób w hodowlach, oraz potencjalnych wzrostów cen wieprzowiny w kolejnych okresach 2026 roku. W odpowiedzi na powyższe spółki zależne rozwijają współpracę z szeroką bazą krajowych dostawców z różnych regionów, co umożliwia elastyczne zarządzanie łańcuchem dostaw oraz optymalizację kosztów zakupu w zależności od sytuacji rynkowej.

Opakowania - w przypadku Stoczek Natura Sp. z o.o. oraz Joyfood Sp. z o.o. obserwowany jest trend odchodzenia części dostawców od kontraktów długoterminowych na rzecz krótszych okresów rozliczeniowych. Pomimo obserwowanej stabilizacji cen model ten zwiększa niepewność operacyjną i ogranicza możliwość długoterminowego planowania kosztów. Spółki zależne aktywnie monitorują rynek opakowań oraz prowadzą bieżące analizy kosztowe, co pozwala na szybkie reagowanie na zmiany warunków handlowych i utrzymanie kontroli nad marżowością produktów.

Pomimo stabilizacji cen mediów, takich jak gaz czy energia elektryczna, Grupa prowadzi systematyczne analizy rynkowe dotyczące cen mediów oraz na bieżąco monitoruje prognozy cen kluczowych surowców i opakowań. Choć część kosztów osiągnęła poziom względnej równowagi, otoczenie makroekonomiczne pozostaje zmienne. Dlatego kluczowe znaczenie ma dalsza optymalizacja operacyjna, systematyczne monitorowanie efektywności procesów i poziomu kosztów w spółkach Grupy, a także odpowiednio szybkie dostosowywanie cen sprzedaży produktów do zmian kosztów ich wytworzenia. Sytuacja ta wpływa również na relacje pomiędzy partnerami biznesowymi - m.in. niechęć części dostawców do ustalania stałych warunków handlowych na dłuższe okresy kontraktowe

(np. roczne) przenosi na odbiorców większą część ryzyka związanego z krótkoterminową zmiennością warunków rynkowych.

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, jak również zmiany prawna wynikające z przepisów wdrażanych na poziomie Unii Europejskiej, np. zmiany na poziomie przepisów PPWR, ROP, EUDR, EmpCo / ECGT.

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 wakujące 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 2026 roku:

Grupy/kategorie instrumentów finansowych	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2026 tys. zł	Ekspozycja walutowa na dzień 30.06.2026 tys. zł	EUR tys. zł	USD tys. zł
Aktywa finansowe				
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	25 156	1 900	1 818	82
Należności z tytułu dostaw i usług	27 777	5 581	4 680	901
Zobowiązania finansowe				
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	30 199	6 589	6 570	19

Tabela przedstawia analizę wrażliwości wyniku finansowego na zmiany kursów walutowych na dzień 30 czerwca 2026 roku:

Grupy/kategorie instrumentów finansowych	EUR		USD	
	5%	-5%	5%	-5%
	wpływ na wynik finansowy tys. zł	wpływ na wynik finansowy tys. zł	wpływ na wynik finansowy tys. zł	wpływ na wynik finansowy tys. zł
Aktywa finansowe				
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	90,9	- 90,9	4,1	- 4,1
Należności z tytułu dostaw i usług (brutto)	234,0	- 234,0	45,0	- 45,0
Zobowiązania finansowe				
Zobowiązania z tytułu dostaw i usług	- 328,5	328,5	- 1,0	1,0

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 2026 roku Grupa korzystała z zewnętrznych źródeł finansowania w formie kredytów bankowych: obrotowych, w rachunku bieżącym i inwestycyjnych.

Na dzień 30 czerwca 2026 roku Grupa posiadała zobowiązanie z tytułu zaciągniętych kredytów w wysokości 11 999 tys. zł:

Waluta	Oprocentowanie	Saldo kredytów	Z tego kredyty	
			Krótkoterminowe	Długoterminowe
PLN	WIBOR + marża banku	11 999	3 123	8 876

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 2026 roku została przedstawiona w tabeli poniżej:

Grupy/kategorie instrumentów finansowych	Wartość bilansowa na dzień 30.06.2026 tys. zł	Wartość narażona na ryzyko na dzień 30.06.2026 tys. zł	WIBOR tys. zł
Aktywa finansowe			
Środki pieniężne w kasie i na rachunkach	25 156	-	-
Zobowiązania finansowe			
Kredyty bankowe	11 999	11 999	11 999
Pozostałe zobowiązania finansowe	1 780	1 780	1 780

W poniższej tabeli została zaprezentowana analiza wrażliwości wyniku finansowego na zmiany stóp procentowych na dzień 30 czerwca 2026 roku:

Stopa procentowa	Założenia odchylenia (w punktach procentowych) 30 czerwca 2026		Wartość narażona na ryzyko dzień 30.06.2026 tys. zł	Wpływ na wynik finansowy 30 czerwca 2026 tys. zł	
WIBOR	1%	-1%	11 999	- 120,0	120,0

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.

Ryzyko płynności

Grupa jak i poszczególne Spółki generują dodatni przepływ pieniądza, wykazują w sprawozdaniu z sytuacji finansowej wysoki zasób środków pieniężnych, mają niskie zadłużenie w stosunku do EBITDA, a współczynniki płynności wskazują na bardzo dobrą sytuację płynnościową. Biorąc powyższe pod uwagę należy uznać, że ryzyko utraty płynności Grupy, jak i poszczególnych spółek, nie występuje.

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 2026 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 2026 roku	Stoczek Natura Sp. z o.o.	MP Trade Sp. z o.o.	JoyFood Sp. z o.o.
Charakter powiązania	spółka zależna bezpośrednio	spółka zależna bezpośrednio	spółka zależna pośrednio
Metoda konsolidacji	pełna	pełna	pełna
Data objęcia kontroli	1 czerwca 2007	28 września 2015	30 czerwca 2026
% posiadanego kapitału	100%	100%	100%

Omówienie wyników Grupy

ZA OKRES	II kwartał 2026	I półrocze 2026	II kwartał 2025	I półrocze 2025
Przychody netto ze sprzedaży	59 812	133 740	73 265	149 006
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	58 321	129 988	71 540	145 631
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów	1 491	3 752	1 725	3 375
Koszt własny	44 214	98 757	56 825	114 018
Koszty wytworzenia sprzedanych produktów i usług	43 065	95 854	55 768	111 743
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	1 149	2 903	1 057	2 275
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	15 598	34 983	16 440	34 988
Koszty sprzedaży	8 772	18 741	8 981	17 890
Koszty ogólnego zarządu	3 560	6 349	3 271	6 133
Pozostałe przychody	1 178	2 312	1 913	4 375

Pozostałe koszty	351	509	710	782
Zysk (strata) operacyjny	4 093	11 696	5 391	14 558
Przychody finansowe	360	727	485	1 084
Koszty finansowe	192	436	283	621
Zysk (strata) brutto	4 261	11 987	5 593	15 021
Podatek dochodowy	793	2 319	1 033	2 839
Zysk (strata) netto, w tym przypadający na:	3 468	9 668	4 560	12 182
- akcjonariuszy jednostki dominującej	3 468	9 668	4 560	12 182
Podstawowy wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,32	0,89	0,41	1,10
Rozwodniony wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,32	0,89	0,41	1,10
Inne całkowite dochody/straty netto	0	0	0	0
Całkowite dochody netto ogółem, w tym przypadające na:	3 468	9 668	4 560	12 182
- akcjonariuszy jednostki dominującej	3 468	9 668	4 560	12 182
- udziały niekontrolujące	0	0	0	0

Pierwsze półrocze 2026 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 2026 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 2026 roku wyniosła 133,7 mln zł i była niższa o ok. 10,2% w stosunku do I półrocza 2025 roku. Koszt własny sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów w I półroczu 2026 roku wyniósł ok. 98,6 mln zł (spadek o ok. 13,4%). Koszty sprzedaży wyniosły ok. 18,7 mln zł w I półroczu 2026 roku i wzrosły o ok. 0,85 mln zł w porównaniu do I półrocza 2025 roku. Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) w I półroczu 2026 roku wyniósł ok. 11,7 mln zł w porównaniu do 14,6 mln zł w I półroczu 2025 roku (spadek o ok. 19,7%). Zysk netto w I półroczu 2026 roku wyniósł ok. 9,7 mln zł i jest niższy od wyniku I półrocza 2025 roku o ok. 2,5 mln zł (spadek o ok. 20,6%).

Na koniec I półrocza 2026 roku Grupa zanotowała EBITDA na poziomie ok. 19,4 mln zł, w porównaniu do wyniku ok. 22,5 mln zł w I półroczu 2025 roku, co daje spadek o ok. 3,1 mln zł r/r. Rentowność sprzedaży liczona na poziomie zysku netto wyniosła w I półroczu 2026 roku ok. 7,2%.

Osiągnięte wyniki vs. prognozy

Grupa Makarony Polskie nie publikowała prognoz finansowych na rok obrotowy 2026.

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 2026	I półrocze 2026	II kwartał 2025	I półrocze 2025
Przychody ze sprzedaży produktów	56 888	127 075	69 992	142 369
Przychody ze sprzedaży usług w tym:	1 433	2 913	1 548	3 262
- usługowa produkcja	0	48	301	835
- z tytułu najmu, składowania	1 415	2 831	1 227	2 386
- pozostałe	18	34	20	41
Przychody ze sprzedaży materiałów	11	11	3	34
Przychody ze sprzedaży towarów	1 480	3 741	1 722	3 341
Razem	59 812	133 740	73 265	149 006

W I półroczu 2026 roku Grupa zanotowała spadek przychodów ze sprzedaży o ok. 10,2% w stosunku do I półrocza 2025 roku. Przychody ze sprzedaży wyniosły w tym okresie ok. 133,7 mln zł.

Wartość przychodów Grupy w II kwartale 2026 roku wyniosła 59,8 mln zł i była niższa o ok. 18,4% w stosunku do analogicznego okresu 2025 roku

Przychody ze sprzedaży z podziałem na segmenty operacyjne

W I półroczu 2026 roku Grupa Makarony Polskie realizowała sprzedaż według następujących grup produktowych, osiągając z tego tytułu następujące przychody:

	II kwartał 2026	I półrocze 2026	II kwartał 2025	I półrocze 2025
Makarony	46 046	106 496	49 757	107 867
Przetwory mięsno-warzywne	10 479	20 051	20 389	34 809
Przetwory warzywne i owocowe	1 207	2 583	1 464	3 034
Pozostałe	2 080	4 610	1 655	3 296
Razem	59 812	133 740	73 265	149 006

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 2026 roku wyniosły 133,7 mln zł i były niższe o ok. 10,2% w stosunku do I półrocza 2025 roku (o ok. 15,3 mln zł).

Przychody ze sprzedaży w kategorii makaronów w I półroczu 2026 spadły o ok. 1,4 mln zł do kwoty ok. 106,5 mln zł. Spadek sprzedaży o ok. 1,3% spowodowany był głównie spadkiem cen u klientów wynikającym ze stabilizacji cen surowców na rynkach, agresywną polityką handlową konkurentów oraz presją sieci handlowych na obniżki cen sprzedaży i promocje handlowe w związku z prowadzoną agresywną polityką niskich cen na półce sklepowej.

Porównując I półrocze 2026 roku do analogicznego okresu w roku 2025 wynik brutto ze sprzedaży w segmencie makaronów wzrósł o ok. 1,7 mln zł.

Sprzedaż Grupy w segmencie przetworów mięsno-warzywnych spadła w analizowanym okresie o ok. 14,8 mln zł do kwoty ok. 20 mln zł. (spadek o ok. 42,4%). Porównując I półrocze 2026 roku do analogicznego okresu w roku 2025 wynik brutto ze sprzedaży w segmencie przetworów mięsno-warzywnych spadł o ok. 1,8 mln zł.

Sprzedaż kategorii przetwory warzywne i owocowe wyniosła ok. 2,6 mln zł (obniżka o ok. 0,4 mln zł w stosunku do I półrocza 2025 roku).

Struktura aktywów i pasywów Grupy

AKTYWA	30 czerwca 2026	31 grudnia 2025	30 czerwca 2025
AKTYWA TRWAŁE	146 002	129 144	130 338
Rzeczowe aktywa trwałe	126 933	116 789	115 555
Aktywa trwałe – MSSF-16	7 340	5 435	6 233
Wartość firmy	2 331	188	188
Inne wartości niematerialne	4 345	1 872	1 999
Należności długoterminowe	4 428	4 428	5 904
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	594	398	444
Pozostałe aktywa- długoterminowe	31	34	15
AKTYWA OBROTOWE	126 993	121 315	128 274
Zapasy	41 498	31 383	33 888
Należności krótkoterminowe	47 148	41 842	45 817
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	984	2 711	0
Krótkoterminowe aktywa finansowe	11 664	11 398	
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	25 156	33 520	48 164
Pozostałe aktywa - krótkoterminowe	543	461	405
SUMA AKTYWÓW	272 995	250 459	258 612
PASYWA	30 czerwca 2026	31 grudnia 2025	30 czerwca 2025
KAPITAŁ WŁASNY	186 757	185 265	175 952
Kapitał podstawowy	33 120	33 120	33 120
Kapitał zapasowy	121 788	111 611	111 610
Kapitał rezerwowy	25 000	25 000	25 000
Akcje własne	- 2 717	-2 717	- 2 716
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	9 566	18 251	8 938
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	28 437	22 359	25 627
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 849	2 217	2 503
Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	8 876	3 840	4 704
Pozostałe długoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	1 175	1 132	1 066
Przychody przyszłych okresów- długoterminowe	9 951	10 848	12 074
Długoterminowe zobowiązania finansowe- leasing	6 586	4 322	5 280
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	57 801	42 835	57 033
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	3 123	1 740	2 486

Pozostałe krótkoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Krótkoterminowe zobowiązania finansowe- leasing	2 655	2 291	2 583
Zobowiązanie finansowe z tytułu dywidendy	8 176	0	8 176
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	36 736	29 129	34 586
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	24	2 697	255
Przychody przyszłych okresów- krótkoterminowe	2 613	2 914	3 723
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	4 099	3 398	3 566
Pozostałe rezerwy krótkoterminowe	375	666	1 658
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	86 238	65 194	82 660
SUMA PASYWÓW	272 995	250 459	258 612

Suma bilansowa Grupy na dzień 30 czerwca 2026 roku wyniosła ok. 273,0 mln zł w stosunku do kwoty ok. 250,5 mln zł na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz do kwoty ok. 258,6 mln zł na dzień 30 czerwca 2025 roku.

Wartość aktywów trwałych na dzień 30 czerwca 2026 roku ukształtowała się na poziomie ok. 146,0 mln zł.

Aktywa obrotowe wynosiły na dzień 30 czerwca 2026 roku ok. 127,0 mln zł i spadły o ok. 1,0% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 128,3 mln zł) i wzrosły o 4,7% w porównaniu do 31 grudnia 2025 roku (ok. 121,3 mln zł). Największe zmiany w obrębie zapasów (wzrost o ok. 10,1 mln zł) wynikają głównie z przygotowań spółki Makarony Polskie SA do planowych przestojów produkcyjnych w Zakładzie w Korpelach, w związku z prowadzonymi w tym zakładzie inwestycjami (dot. modernizacji budynku produkcyjnego i instalacji nowych maszyn i urządzeń). Zmiany na należnościach (wzrost o ok. 5,3 mln zł, tj. o ok. 12,7% w stosunku do końca 2025 roku) oraz środkach pieniężnych i krótkoterminowych aktywach finansowych co jest spowodowane realizacją dużego projektu inwestycyjnego ze środków własnych.

Kapitał własny na dzień bilansowy wynosił ok. 186,8 mln zł i wzrósł o ok. 6,1% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 176 mln zł) i ok. 0,8% w porównaniu do 31 grudnia 2025 (ok. 185,3 mln zł). Zmiana spowodowana była skonsolidowanym zyskiem za rok 2025 w wysokości ok. 18,3 mln zł i zyskiem za I półrocze 2026 roku w wysokości 9,6 mln zł.

Zobowiązania długoterminowe wynosiły ok. 28,4 mln i wzrosły o ok. 11% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 25,6 mln zł) i 27,2% w porównaniu do 31 grudnia 2025 roku (ok. 22,4 mln zł), głównie z powodu wzrostu długoterminowych kredytów (ok. +5 mln zł) i długoterminowych zobowiązań finansowo- leasingowych (ok. 2,3 mln. zł)

Zobowiązania krótkoterminowe na dzień 30 czerwca 2026 roku wynosiły ok. 57,8 mln zł i wzrosły o ok. 1,4% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 57 mln zł) i wzrosły o 34,9% w porównaniu do 31 grudnia 2025 roku (ok. 42,8 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 2026 roku jest:

- realizowanie przez Grupę części zakupów bez wykorzystania kredytu kupieckiego, w celu zmniejszenia kosztów finansowych,
- realizacja inwestycji (w I półroczu 2026 roku wydatki inwestycyjne na poziomie 3,2 mln zł),
- na koniec czerwca 2026 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 2026 roku spółki zależne Grupy nie udzielały pożyczek.

Spółka Makarony Polskie SA udzielała pożyczki w wysokości 200 tys. zł podmiotowi niepowiązanemu. Oprocentowanie pożyczki zostało ustalone w oparciu o warunki rynkowe. Termin spłaty przypadał na dzień 30 września 2026 roku. W miesiącu wrześniu 2026 roku zawarty został aneks do umowy pożyczki, który przedłużył termin spłaty pożyczki do dnia 30 czerwca 2027 roku.

Informacje o udzielonych i otrzymanych gwarancjach

W trakcie I półrocza 2026 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 2026 roku obrazuje poniższa tabela:

Gwarant	Kwota gwarancji w tys. zł	Termin ważności gwarancji	Przedmiot zabezpieczenia gwarancją	Zabezpieczenie
Erste 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
Erste 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
BNP Paribas Bank Polska SA	86	do 31.03.2029	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego	- hipoteka umowna do kwoty 13 500 tys. zł na nieruchomości w Częstochowie oznaczonej KW nr CZ1C/00111425/8 wraz z cesją praw z polisy ubezpieczenia nieruchomości, - weksel in blanco z wystawienia Spółki wraz z deklaracją wekslową,

W trakcie okresu sprawozdawczego spółka Makarony Polskie SA korzystała z gwarancji wadialnej w wysokości 1 390 tys. zł zabezpieczającej wadium w przetargu kontraktu instytucjonalnego, udzielonej przez Erste Bank Polska SA, która wygasła w trakcie trwania okresu sprawozdawczego w związku z upływem terminu ważności gwarancji.

Zestawienie gwarancji obowiązujących w spółce Stoczek Natura Sp. z o.o. na dzień 30 czerwca 2026 roku obrazuje poniższa tabela:

Gwarant	Kwota gwarancji w tys. zł	Termin ważności gwarancji	Przedmiot zabezpieczenia gwarancją	Zabezpieczenie
BNP Paribas Bank Polska SA	1 222	do 31.08.2027	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	98	do 29.01.2030	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego	
BNP Paribas Bank Polska SA	466	do 08.06.2030	gwarancja zabezpieczająca zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego	

W trakcie okresu sprawozdawczego spółka Stoczek Natura Sp. z o.o. korzystała z gwarancji w wysokości 559 tys. zł zabezpieczającej zobowiązania umowne Spółki wynikające z zawartego kontraktu instytucjonalnego, udzielonej przez BNP Paribas Bank Polska SA, która wygasła 31 marca 2026 roku w związku z upływem terminu ważności gwarancji.

Informacje o udzielonych i otrzymanych poręczeniach

W trakcie I półrocza 2026 roku spółki Grupy Makarony Polskie nie udzielały poręczeń. Z poręczeń otrzymanych korzystała tylko spółka JoyFood Sp. z o.o.

Na dzień 30 czerwca 2026 roku zabezpieczenie zobowiązań spółki Joyfood Sp. z o.o. wynikających z umowy kredytu w rachunku bieżącym, objętego gwarancją de minimis, stanowiły weksle własne spółki, które zostały poręczone przez podmiot zewnętrzny.

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

W trakcie I półrocza 2026 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.

W dniu 30 czerwca 2026 roku Nadzwyczajne Zgromadzenie Wspólników Joyfood Sp. z o.o. podjęło uchwałę nr 3 o wniesieniu dopłat do kapitału w łącznej kwocie 3,7 mln zł w celu dokapitalizowania środków finansowych na bieżącą działalność Spółki. Dopłaty zostały zrealizowane w dniu 30 czerwca 2026 roku.

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 2026	31 grudnia 2025
1. Aktywa warunkowe	4 235	5 111
- otrzymanych gwarancji i poręczeń	3 245	4 728
- zabezpieczenia na majątku	0	0
- weksli	990	383
2. Zobowiązania warunkowe	87 184	60 218
- z tytułu udzielonych gwarancji i poręczeń	0	0
- zabezpieczeń na majątku	72 986	53 486
- inne zobowiązania warunkowe (akredytywa)	0	139
- zobowiązań wekslowych	14 198	6 593
Pozycje pozabilansowe razem	-82 949	- 55 107

Makarony Polskie SA (w tys. zł)	30 czerwca 2026	31 grudnia 2025
1. Aktywa warunkowe	1 845	2 628
- otrzymanych gwarancji i poręczeń	855	2 245
- zabezpieczenia na majątku	0	0
- weksli	990	383
2. Zobowiązania warunkowe	46 010	43 796
- z tytułu udzielonych gwarancji i poręczeń	0	0
- zabezpieczeń na majątku	44 186	39 686
- zobowiązań wekslowych	1 824	4 110
Pozycje pozabilansowe razem	- 44 165	-41 168

▼ 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

ZA OKRES	II kwartał 2026	I półrocze 2026	II kwartał 2025	I półrocze 2025
Przychody ze sprzedaży	56 447	126 417	59 910	128 393
Przychody netto ze sprzedaży produktów i usług	45 910	105 714	49 253	106 679
Przychody netto ze sprzedaży materiałów i towarów	10 537	20 703	10 657	21 714
Koszt własny	42 588	95 056	46 877	99 253
Koszt wytworzenia sprzedanych produktów i usług	32 975	76 242	37 055	79 219
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	9 613	18 814	9 822	20 034
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	13 859	31 361	13 033	29 140
Koszty sprzedaży	8 376	18 057	8 375	16 807
Koszty ogólnego zarządu	2 909	5 165	2 685	5 095
Pozostałe przychody	1 073	1 674	1 362	3 364
Pozostałe koszty	268	337	516	583
Zysk (strata) operacyjny	3 379	9 476	2 819	10 019
Przychody finansowe	381	738	2 512	3 162
Koszty finansowe	187	427	268	594
Zysk (strata) brutto	3 573	9 787	5 063	12 588
Podatek dochodowy	636	1 900	521	2 015
Zysk (strata) netto, w tym przypadający na:	2 937	7 887	4 542	10 573
- akcjonariuszy jednostki dominującej	2 937	7 887	4 542	10 573
Podstawowy wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,27	0,72	0,41	0,96
Rozwodniony wynik netto przypadający na jedną akcję w złotych	0,27	0,72	0,41	0,96
Inne całkowite dochody/straty netto	0	0	0	0
Całkowite dochody netto ogółem, w tym przypadające na:	2 937	7 887	4 542	10 573
- akcjonariuszy jednostki dominującej	2 937	7 887	4 542	10 573
- udziały niekontrolujące	0	0	0	0

Wartość przychodów Spółki w I półroczu 2026 roku wyniosła ok. 126,4 mln zł i była niższa o ok. 2 mln zł w stosunku do I półrocza 2025 roku (ok. 1,5%).

Koszt własny sprzedanych produktów, usług, towarów i materiałów w I półroczu 2026 roku wyniósł ok. 95 mln zł i był niższy w porównaniu do I półrocza 2025 roku o ok. 4,2%. Koszty

sprzedaży wyniosły ok. 18,1 mln zł i wzrósł o ok. 1,3 mln zł (ok. 7,4%) w stosunku do analogicznego okresu 2025 roku.

Wynik na działalności operacyjnej (EBIT) w I półroczu 2026 roku wyniósł ok. 9,5 mln zł w porównaniu do 10 mln zł w I półroczu 2025 roku (spadek o ok. 5,4%). Zysk netto wyniósł ok. 7,9 mln zł i jest niższy o ok. 2,7 mln zł (ok. 25,4%).

Struktura aktywów i pasywów spółki Makarony Polskie SA

AKTYWA	30 czerwca 2026	31 grudnia 2025	30 czerwca 2025
AKTYWA TRWAŁE	126 405	123 880	125 786
Rzeczowe aktywa trwałe	82 959	82 145	81 683
Aktywa trwałe –MSSF-16	7 340	5 435	6 234
Inne wartości niematerialne	1 578	1 758	1 870
Wartość firmy	0	0	0
Długoterminowe aktywa finansowe w tym:	30 080	30 080	30 080
- udziały	30 080	30 080	30 080
Należności długoterminowe	4 428	4 428	5 904
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	0	0
Pozostałe aktywa- długoterminowe	20	34	15
AKTYWA OBROTOWE	103 466	103 242	105 470
Zapasy	27 322	21 041	24 573
Należności krótkoterminowe	41 361	38 751	34 801
Należności z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	718	2 711	0
Krótkoterminowe aktywa finansowe	11 664	11 398	0
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	22 031	28 952	45 745
Pozostałe aktywa- krótkoterminowe	370	389	351
SUMA AKTYWÓW	229 871	227 122	231 256

PASYWA	30 czerwca 2026	31 grudnia 2025	30 czerwca 2025
KAPITAŁ WŁASNY	166 143	166 431	159 589
Kapitał podstawowy	33 120	33 120	33 120
Kapitał zapasowy	102 853	93 612	93 612
Kapitał rezerwowy	25 000	25 000	25 000
Akcje własne	- 2 717	- 2 717	- 2 716
Zyski/straty zatrzymane (zysk/strata z lat ubiegłych)	7 887	17 416	10 573
ZOBOWIĄZANIA DŁUGOTERMINOWE	18 927	19 411	22 453
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 923	2 293	2 539

Długoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	2 976	3 840	4 704
Pozostałe długoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (długoterminowe)	1 040	1 050	986
Przychody przyszłych okresów-długoterminowe	7 172	7 906	8 944
Długoterminowe zobowiązania finansowe - leasing	5 816	4 322	5 280
ZOBOWIĄZANIA KRÓTKOTERMINOWE	44 801	41 280	49 214
Krótkoterminowe kredyty bankowe i pożyczki	1 728	1 740	2 486
Pozostałe krótkoterminowe zobowiązania finansowe	0	0	0
Krótko terminowe zobowiązania finansowe-leasing	2 159	2 291	2 583
Zobowiązania finansowe z tyt. dywidendy	8 176	0	8 176
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	27 620	31 985	29 486
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych	0	0	0
Przychody przyszłych okresów (krótkoterminowe)	1 772	2 078	2 128
Rezerwa na świadczenia emerytalne i podobne (krótkoterminowe)	2 971	2 554	2 798
Pozostałe rezerwy(krótkoterminowe)	375	632	1 557
ZOBOWIĄZANIA OGÓŁEM	63 728	60 691	71 667
SUMA PASYWÓW	229 871	227 122	231 256

Suma bilansowa Makarony Polskie SA na dzień 30 czerwca 2026 roku wyniosła ok. 229,9 mln zł w stosunku do kwoty ok. 227,1 mln zł na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz do kwoty 231,3 mln zł na dzień 30 czerwca 2025 roku.

Na dzień 30 czerwca 2026 roku wartość aktywów trwałych ukształtowała się na poziomie ok 126,4 mln zł.

Aktywa obrotowe na dzień 30 czerwca 2026 roku wynosiły ok. 103,5 mln zł i spadły o ok. 1,9% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 105,5 mln zł) oraz wzrosły o ok. 0,3% w porównaniu do 31 grudnia 2025 (ok. 103,2 mln zł). Największe zmiany w obrębie aktywów obrotowych nastąpiły na należnościach (wzrost o ok. 2,6 mln zł, tj. o ok. 6,7% w stosunku do końca 2025 roku), zapasach (wzrost o ok. 6,3 mln zł, tj. o ok. 30% w stosunku do końca 2025 roku) oraz środkach pieniężnych (spadek o ok. 6,9 mln zł w stosunku do końca 2025 roku).

Kapitał własny na dzień bilansowy wynosił ok. 166,1 mln zł i wzrósł o ok. 4,1% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 159,6 mln zł) i praktycznie nie zmienił się w porównaniu do 31 grudnia 2025 roku (ok. 166,4 mln zł).

Zobowiązania długoterminowe wynosiły ok. 18,9 mln i spadły o ok. 15,7% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 22,5 mln zł) i ok. 2,5% w porównaniu do 31 grudnia 2025 roku (ok. 19,4 mln zł), głównie z powodu spadku długoterminowych kredytów o ok. 0,9 mln zł i długoterminowych przychodów przyszłych okresów.

Zobowiązania krótkoterminowe na dzień 30 czerwca 2026 roku wynosiły ok. 44,8 mln zł i spadły o ok. 9% w porównaniu do 30 czerwca 2025 roku (ok. 49,2 mln zł) i wzrosły w porównaniu do 31 grudnia 2025 roku (ok. 41,3 mln zł), głównie z powodu wzrostu zobowiązań finansowych z tytułu dywidendy w połączeniu ze spadkiem 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 2026, zakończony 30 czerwca 2026 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 2026 roku do 30 czerwca 2026 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 29 września 2026 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*