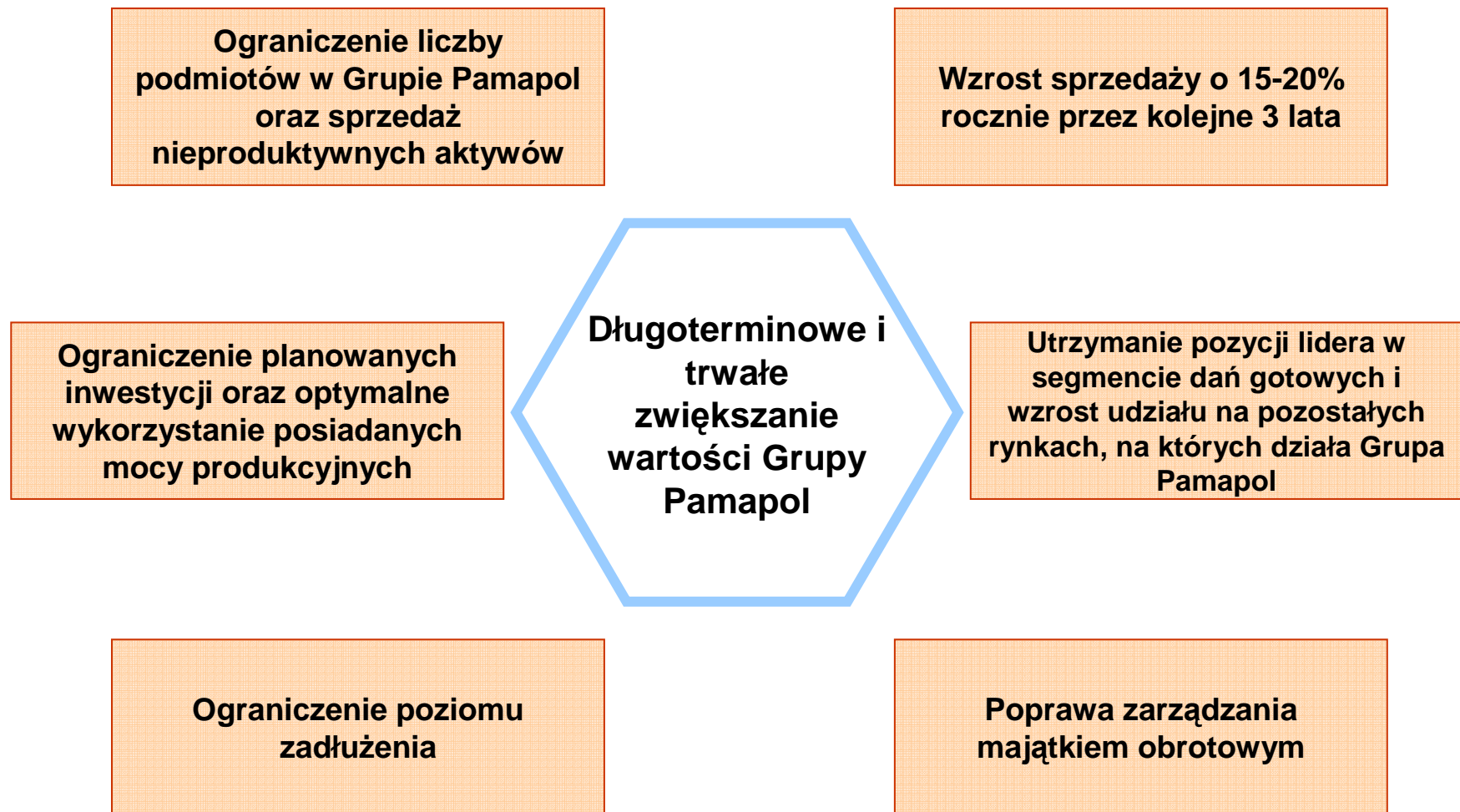




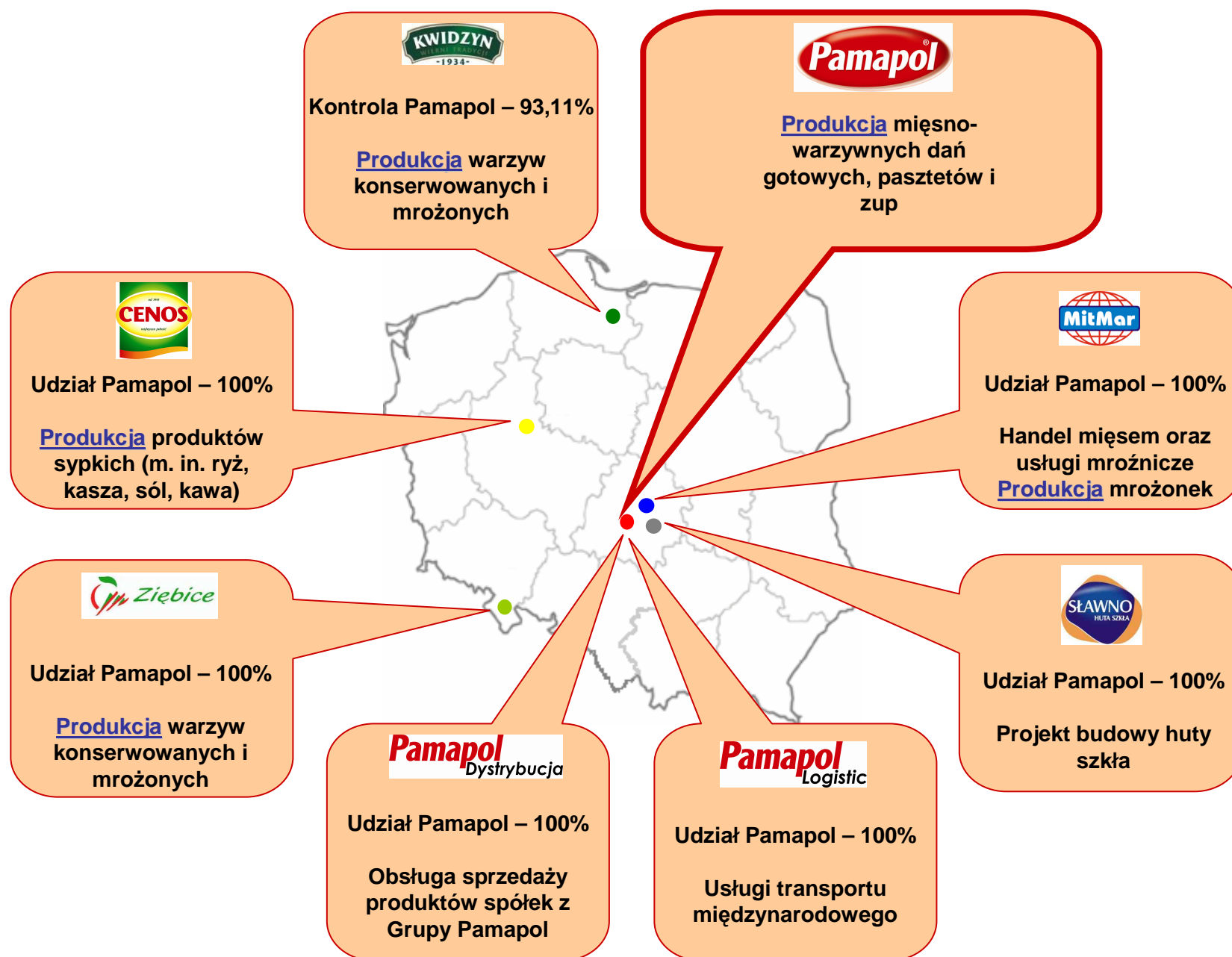
Strategia Grupy Kapitałowej Pamapol na lata 2009-2011

Warszawa, styczeń 2009

Cele strategiczne



Ograniczenie liczby podmiotów w Grupie Pamapol



Sprzedaż aktywów nieproduktywnych



WZPOW Kwidzyn – sprzedaż

1. starego Zakładu nr 1; 4,8 ha (grudzień 2008); kwota transakcji 7,5 mln zł (transakcja ta nie wpłynie na skonsolidowany wynik)

Pamapol – wystawienie do sprzedaży

1. Zakładu znajdującego się w miejscowości Pożdżenice; 3,27 ha;
2. Nieruchomość w miejscowości Wincentów 3,41 ha – serwis samochodowy

Cenos – wystawienie do sprzedaży:

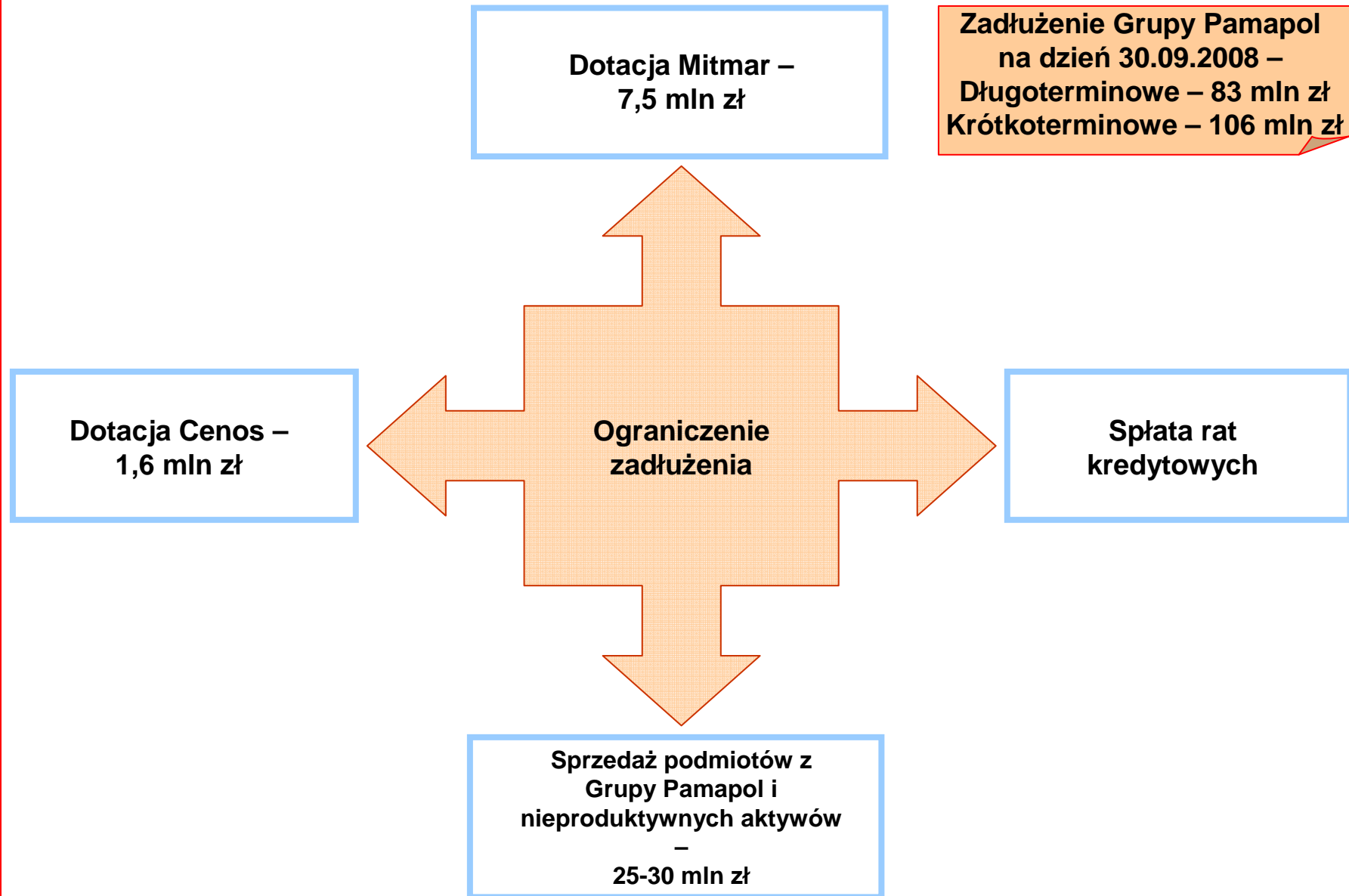
1. „Świat Wodny” znajdując się w centrum Wrześni
2. Zakładu rafinacji soli
3. Zbędne grunty; 1,19 ha

Sprzedaż podmiotów z Grupy Pamapol

Sprzedaż nieproduktywnych aktywów

**Szacowane środki pozyskane Grupę Pamapol wyniosą
25-30 mln zł**

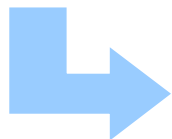
Ograniczenie poziomu zadłużenia



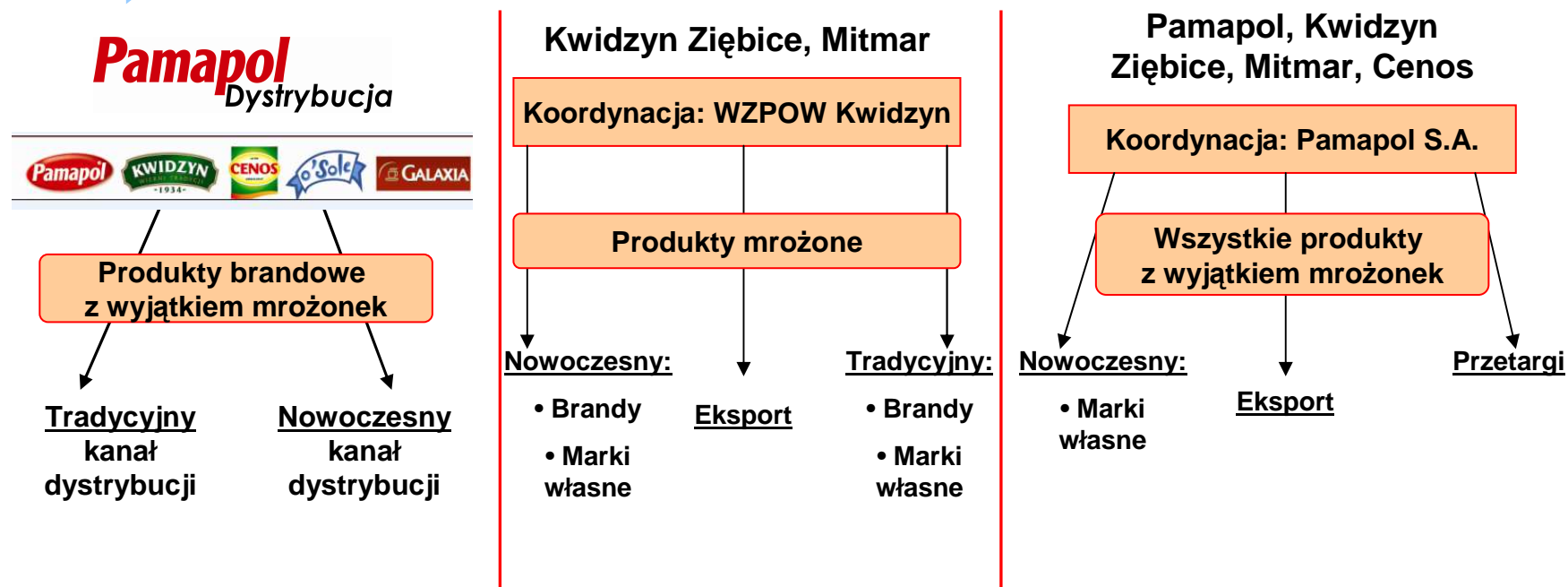
Wzrost sprzedaży o 15 - 20% rocznie przez kolejne 3 lata



Główne zmiany dotyczące prowadzenia polityki sprzedaży i marketingu



Reorganizacja działów sprzedaży Grupy Pamapol




Handel:

- Bez zmian, po przeprowadzonej restrukturyzacji w okresie marzec- grudzień 2008

Wzrost sprzedaży o 15-20% rocznie przez kolejne 3 lata – cd.



- 
- **Koncentracja na wsparciu marek będących w portfolio Grupy Pamapol – wsparcie sprzedaży konsumenckiej, m.in. poprzez zwiększone zaangażowanie w sponsoring sportu**
 - **Lepsze dotarcie z ofertą produktową do detalu**

- **Wprowadzanie i należyte wsparcie marketingowe nowych produktów**
- **Lepsze wykorzystanie posiadanego parku maszyn**

Inwestycje 2009

Mitmar

- Dokończenie inwestycji i uruchomienie mroźni – 2 mln zł
- Dokończenie inwestycji i uruchomienie produkcji mrożonych dań gotowych z mięsem – 2,5 mln zł

WZPOW Kwidzyn

- Uruchomienie linii do produkcji frytek – 0,5 mln zł

ZPOW Ziębice

- Zrealizowanie inwestycji o łącznej wartości około 2 mln zł

7 mln zł

Zainwestowanie 7 mln zł pozwoli na zwiększenie potencjału Grupy Pamapol i stworzy szansę na uzyskanie wyższych przychodów w 2010 roku

Optymalne wykorzystanie istniejących mocy produkcyjnych



Średnie wykorzystanie mocy produkcyjnych w Grupie Pamapol wynosi 60%

- Linia do pakowania w kartoniki w Cenosie
- Kaszarnia w Cenosie
- Linia do produkcji dań gotowych typu singiel w Pamapolu
- Linia do pakowania w kartoniki TetraPak w Kwidzynie
- Linia do produkcji pasztecików klipsowanych w Pamapolu
- Linia do produkcji frytek w Kwidzynie
- Linia do produkcji mrożonek w Mitmarze

Obecne wykorzystanie
mocy 30%

Uruchomienie w II/III kwartale 2009 r.

Uruchomienie w IV kwartale 2009 r.

Uruchomienie w I kwartale 2009 r.

CEL

Osiągnięcie poziomu
wykorzystania mocy w 80%

Obniżenie jednostkowego
kosztu produkcji

CEL

- Pozyskanie kontraktów na dostawy dla sieci handlowych (*private label*)
- Pozytywne rozstrzygnięcie postępowania przetargowego przeprowadzonego przez Agencję Rynku Rolnego (styczeń 2009) – na łączną kwotę 9 mln zł
- Poprawa wydajności pracy
- Wprowadzenie nowych produktów

Wprowadzenie na rynek w lutym 2009



Pamapol – Konserwa Mandolinka



Wprowadzenie na rynek w lutym 2009



Wprowadzenie na rynek w marcu 2009



Cenos – Dania mączne



Wprowadzenie na rynek w marcu 2009



Wprowadzenie na rynek w kwietniu 2009



Cenos- Ryż w kulkach



Wprowadzenie na rynek w maju 2009



Pamapol – Pasztet klipsowany



Wprowadzenie na rynek
w czerwcu/lipcu 2009



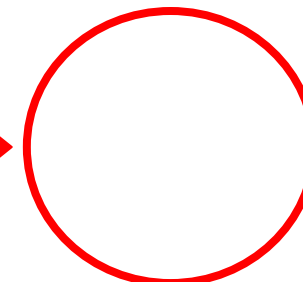
Utrzymanie pozycji lidera na rynku dań gotowych i wzrost udziału na pozostałych rynkach, na których działa Grupa Pamapol



Utrzymanie pozycji lidera

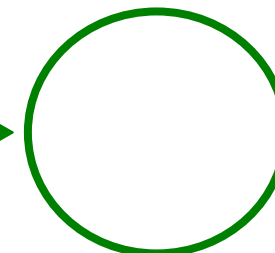
Obecny udział w rynku (%)

25%



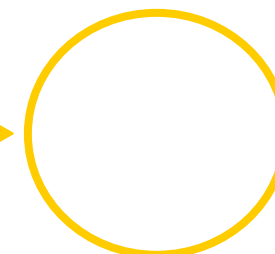
Wzrost udziału

8 %



Wzrost udziału

7 %



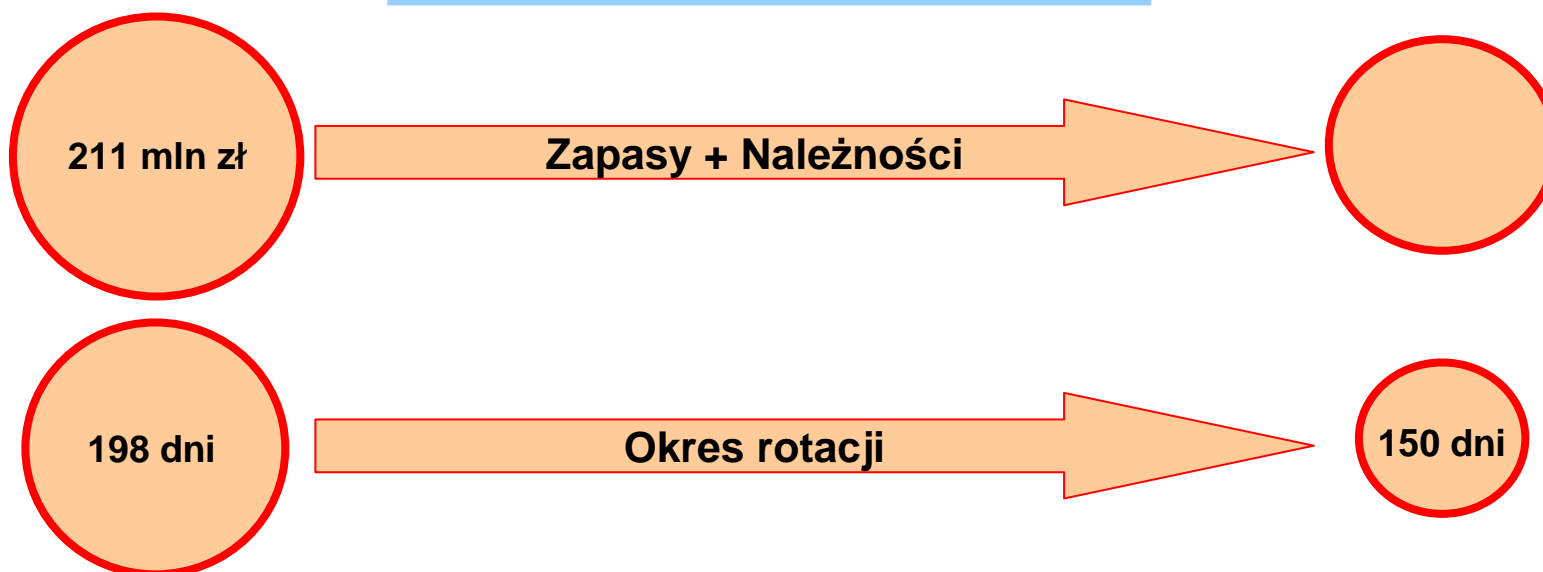
Skrócenie cyklu operacyjnego – obniżenie poziomu majątku obrotowego



Suma zapasów i należności na dzień 30.09.2008 – 211 mln zł (dane skonsolidowane),
okres rotacji zapasów i należności 198 dni

1. Szybsza rotacja zapasów
2. Skrócenie okresu spływu należności
- reorganizacja Działu Kontrolingu

Poprawa zarządzania
kapitałem obrotowym



Długoterminowe i trwałe zwiększanie wartości Grupy Pamapol

poprzez

- **Reorganizację i uporządkowanie struktury Grupy**
- **Racjonalizację wydatków inwestycyjnych**
- **Optymalizację struktury finansowania**
- **Reorganizację działów sprzedaży i zmianę polityki marketingowej**