**M FOOD podsumowuje I kwartał roku**

*(Informacja prasowa do raportu bieżącego)*

**Koniec ubiegłego roku przyniósł spadki cen miodów, jednak nie zatrzymało to krajowego holdingu M FOOD w uzyskaniu dobrych wyników za I kwartał i znalezieniu się wśród najlepszych światowych graczy związanych z obrotem miodem. Spółka po raz kolejny udowadnia, że zakusy na lidera w branży, mają potwierdzenie w wynikach. I Q 2016 roku M FOOD kończy z ponad 2 mln zł zysku netto, a to o 149% więcej w porównaniu do analogicznego okresu w 2015 roku.***17. maja 2016 roku*

**Dobre wyniki M FOOD**

I kwartał 2016 roku to dla wszystkich Spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej czas ciężkiej ale i owocnej pracy. Spółka M FOOD SA intensywnie pracuje nad lepszą organizacją całej Grupy Kapitałowej oraz jej rozwojem, natomiast Spółka CORPO skupia się nad pozyskiwaniem nowych dostawców i odbiorców. Grupa nie może pozwolić sobie na zastój w pracy, bo rola lidera zobowiązuje. Stale prowadzone są rozmowy z kontrahentami, które dotyczą już kolejnego sezonu rozpoczynającego się w lipcu. Poza zwiększeniem sprzedaży Spółka pracuje stale nad ograniczaniem kosztów działalności. Stara się także wypracować jak najlepsze rozwiązania ograniczające ryzyka związane z wahaniami kursów walut oraz ryzyk związanych z wahaniami cen zakupu i sprzedaży produktów apikultury. *W minionych miesiącach wprowadziliśmy rozwiązania księgowe i organizacyjne, które spowodowały większą transparentność, przyczyniając się do lepszej prezentacji wyników, a w efekcie lepszej faktycznej wiedzy inwestorów* - mówi Jerzy Gądek- prezes M FOOD.

Sytuacja geopolityczna oraz towarzyszące temu różnice kursowe sprawiły, że Spółka w I kwartale 2016 roku osiągnęła znaczące przychody sięgające ponad 1,4 mln zł. Wpływ na takie wyniki na pewno miało umocnienie się waluty EURO w stosunku do waluty USD oraz PLN. W bieżącym okresie ceny na rynku zaczęły stabilizować się, po raptownym jej spadku w III kwartale 2016 roku. Co miało na to wpływ? Przede wszystkim wzmożona podaż miodu argentyńskiego na rynkach światowych, oferowanego po dwukrotnie niższej cenie. *Spółka musiała dostosować cenę sprzedaży do niekorzystnych cen rynkowych, przy jednoczesnym utrzymaniu kontraktacji dostaw po cenie ustalonej na początku sezonu. Jednak M FOOD spodziewa się w niedługim czasie powrotu do marż uzyskiwanych we wcześniejszych okresach* – podkreśla Jerzy Gądek.

Branża charakteryzuje się relatywnie dużą sezonowością w sprzedaży miodu. Funkcje operacyjną w Grupie pełni Spółka CORPO, która jest przygotowana na tę okoliczność i wahania przychodów w różnych okresach roku są wpisane w strategię. Owa sezonowość sprawiła, że, I kwartał 2016 roku przyniósł znacznie niższą sprzedaż niż rok wcześniej. Przychody zamknęły się kwotą 19.643,4 tys. zł, względem 25.335,5 tys. złotych w I kwartale 2015.

*Główny sezon rozpoznawania przychodów i zysków przypada na IV kwartał, ale zachodzą różne przesunięcia i czasem dobry sezon zahacza jeszcze o III, a czasem o I kwartał. Zależy to m.in. od warunków pogodowych. W roku 2015 dobre były III i IV kwartał, gdyż sezon był nieco wcześniejszy. Zaś z kolej w sezonie 2014/2015 III kwartał był bardzo słaby, bo sezon był późniejszy i zahaczał o I kwartał. Z racji przesunięć sezonowości, najlepiej zawsze porównywać przychody nie kwartalnie, ale w dłuższym horyzoncie, np. w skali ostatnich 4 kwartałów. Tu notujemy wyraźny wzrost przychodów* – mówi Jerzy Gądek.

**Miód nie tylko do celów spożywczych**

Miód pszczeli może być wykorzystywany w wielu branżach, nie tylko spożywczej. Na terenie Polski jest produkowany od średniowiecza, kiedy to miody pitne cieszyły się dużą renomą. W późniejszych czasach były zastępowane przez wina oraz znacznie prostszą w produkcji wódkę. Ze względu na modę na żywnościowe produkty regionalne wytwarzane tradycyjnymi metodami, miody pitne stają się coraz bardziej popularnymi trunkami. M FOOD w swojej działalności współpracuje z różnymi podmiotami, gdzie już niedługo będzie mógł pochwalić się udziałem przy tworzeniu całkiem nowych produktów na rynku. Od kilku lat wspiera badania poświęcone opracowywaniu preparatów kosmetycznych nowej generacji oraz jest patronem prac w zakresie opracowania technologii otrzymywania produktu na bazie miodu z udziałem masła klarowanego przeznaczonego do smarowania różnego rodzaju pieczywa.

**M FOOD SA** swoją działalność skupia na zarządzaniu spółkami z branży spożywczej. W obszarze miodu i produktów apikultury jest jednym z największych graczy w Europie. Polska zalicza się do jednego z większych producentów miodów pitnych wytwarzanych tradycyjnymi metodami na świecie. Krajowy popyt na miód rośnie średnie o 8% rocznie a eksport miodów pitnych o około 15-20% rocznie. Największym producentem w Polsce jest Spółdzielnia Pszczelarska APIS, która produkuje blisko 60% miodów pitnych. Inne znaczące podmioty na rynku to miodosytnia Ambra S.A. czy Pasieka Maciej Jaros. COPRO stale współpracuje z wszystkimi wymienionymi podmiotami.