

LIST PREZESA

Zakłady Mięsne Henryk Kania Spółka Akcyjna



Szanowni Państwo,

Przekazujemy Państwu sprawozdanie roczne podsumowujące działalność Zakładów Mięsnych Henryk Kania S.A. w roku 2014.

Ubiegły rok był dla naszej Spółki niezwykle udany. Osiągnęliśmy rekordowe wyniki finansowe, przeprowadziliśmy kolejną emisję obligacji i rozszerzyliśmy nasze portfolio produktowe.

Według Instytutu Badawczego GFK Polonia, marka Henryk Kania osiągnęła w 2014 roku wiodący udział rynkowy w segmencie kiełbas tradycyjnych, kabanosów oraz kiełbas suchych i podsuszanych.

W 2014 roku wypracowaliśmy o 41% wyższą sprzedaż naszych produktów, dzięki czemu przychody ze sprzedaży osiągnęły 848 mln zł.

Wykorzystując znajomość mechanizmów na rynku surowca mięsnego oraz model biznesowy przygotowany na zmienność tych warunków, udało się wypracować wynik na działalności operacyjnej o 105% oraz wypracowaliśmy o 108% wyższy wynik netto, który wyniósł prawie 32 mln zł.

2014 był dla Zakładów Mięsnych Henryk Kania bardzo pracowity. Dzięki konsekwentnie realizowanej strategii rozwoju utrzymaliśmy pozycję jednego z czołowych i najbardziej rozpoznawalnych producentów wyrobów mięsnych w kraju. Ponieśliśmy rekordowe wydatki na kampanię reklamową, dotyczącą budowy marki Henryk Kania, w tym Henryk Kania Maestro. Działania te spowodowały znaczący wzrost wartości postrzegalności marki, co w kolejnych okresach pozwoli na zwiększenie przychodów ze sprzedaży oraz osiągania wyższych marż. Znaczący wpływ na sukces ZM Henryk Kania mają: nowoczesne metody produkcji, współpraca z największymi sieciami handlowymi i dyskontowymi w kraju oraz poszerzenie portfolio produktowego w oparciu o aktualne trendy i oczekiwania konsumentów. W zeszłym roku po raz kolejny odnotowaliśmy wzrost sprzedaży i rozpoznawalności marki Henryk Kania. Nasze wędliny w 2014 roku trafiły do prawie 6 milionów gospodarstw domowych, a 44% z nich dokonało zakupu wyrobów marki Henryk Kania więcej niż jeden raz. W ciągu ostatniego roku marka zwiększyła swoje udziały wolumenowe w niemal wszystkich segmentach wędlin konfekcjonowanych. Warto wymienić zwłaszcza segment kabanosów paczkowanych – nasz udział w tym sektorze wyniósł w 2014 roku niemal 14%. Przypomnę także, że zakłady, w których powstają nasze produkty, tworzą jeden z najnowocześniejszych i największych kompleksów w kraju.

LIST PREZESA

Zakłady Mięsne Henryk Kania Spółka Akcyjna



Możemy obecnie zaobserwować mocne podstawy do dalszego rozwoju Spółki. Udział w rynku wędlin paczkowanych, będących jednym z kluczowych elementów portfolio produktowego Zakładów Mięsnych Henryk Kania, rośnie w bardzo dynamicznym tempie. Jest to trend notowany nie tylko w Polsce, ale w całej Europie Zachodniej, gdzie wyroby konfekcjonowane stale zyskują uznanie konsumentów. Jesteśmy przekonani, że kontynuacja i poszerzenie współpracy z największymi sieciami handlowymi pozwolą Spółce dotrzeć do coraz szerszego grona odbiorców. Jak bowiem wskazują badania, Polacy coraz częściej korzystają z nowoczesnych kanałów dystrybucji, takich jak hipermarkety czy dyskonty.

W 2015 roku zamierzamy w pełni wykorzystać nasz potencjał oraz perspektywy rynku. Głównym celem Spółki, jest stałe zwiększanie skali działalności. W planach na najbliższe 12 miesięcy jest m.in. rozszerzenie linii asortymentowej wyrobów plastrowanych, większa sprzedaż produktów pod marką własną, wdrożenie programu umaszynowania procesów przetwórczych oraz optymalizacja i automatyzacja produkcji. Będziemy również prowadzić liczne działania poprawiające sprawność i efektywność Spółki. Plan na najbliższe miesiące zakłada dalszy wzrost przychodów i znaczenia marki na rynku spożywczym, a także rozwój organiczny.

Wierzę, że realizowana przez nas strategia rozwoju będzie przynosić dalsze efekty w postaci satysfakcjonujących wyników finansowych oraz wzrostu wartości Spółki. Mam nadzieję, że przedstawione dane oraz podejmowane przez nas działania ukierunkowane na dalszy rozwój spotkają się z Państwa uznaniem.

Z wyrazami szacunku

Grzegorz Minczanowski