



ZM Henryk Kania S.A. umacniają swoją pozycję rynkową i dynamicznie zwiększają sprzedaż. A marka Henryk Kania właśnie znalazła się wśród najcenniejszych polskich brandów. – *To będzie ważny i w wielu aspektach przełomowy rok dla naszej firmy* – mówi **Henryk Kania**, Przewodniczący Rady Nadzorczej i zapowiada duże inwestycje w rozwój marki i wsparcie sprzedaży.

ZM Henryk Kania S.A. od lat należą do ścisłej czołówki największych producentów na rynku mięsnym w Polsce. Każdego roku Spółka notuje dwucyfrowe wzrosty sprzedaży i skutecznie zyskuje kolejne udziały rynkowe. W siłę rosną także jej marki, na czele z brandem Henryk Kania, który jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek spożywczych w kraju, a jej wartość z roku na rok dynamicznie rośnie. Potwierdził to ranking najcenniejszych polskich marek dziennika „Rzeczpospolita”. Brand Henryk Kania wart jest 485,9 mln zł i zajął trzecie miejsce wśród marek żywnościowych. Jest też drugą najcenniejszą marką wędliniarską i pierwszą należącą do polskiej firmy mięsnej. Zaledwie kilka dni później, Spółka została odznaczona Gazetą Biznesu – prestiżowym tytułem od lat przyznawanym przez „Puls Biznesu”. – *Wyróżnienia są dla nas bardzo ważne i są powodem do wielkiej satysfakcji, a także motywacją do jeszcze cięższej pracy* – mówi Henryk Kania. Firma nie osiada więc na laurach.

– *Podpisaliśmy kontrakt z marką Disney, na mocy którego lada moment na półkach pojawi się linia produktów dla dzieci, składająca się z wędlin plastrowanych i parówek. Zakończyliśmy rebranding marki Henryk Kania, która w najbliższym czasie otrzyma bardzo mocne wsparcie reklamowe. . Rozmawiamy także z Ekstraklasą o kontynuacji naszej współpracy po zakończeniu obecnego sezonu. Stale się rozwijamy i pracujemy nie tylko nad wzrostami sprzedaży, ale także nad skuteczną budową coraz silniejszego wizerunku naszych marek i ich pozycji* – mówi Henryk Kania.

Połączenia Spółek

Kluczowe dla rozwoju portfolio o kolejne innowacje oraz dalszych wzrostów sprzedaży są moce produkcyjne, które dzięki połączeniu Spółki ze Staropolskimi Specjałami zwiększyły się do poziomu ponad 300 ton na dobę. – *Rok 2017 był zamknięciem procesu naszego rozwoju pod kątem organizacyjnym. Dokonane przejęcia spółek i ich połączenia,*

będą skutkować wzrostem stabilności firmy zarówno pod względem finansowym, jak i ogólnobiznesowym. Uważam więc, że 2018 rok będzie dla nas czasem dużej stabilizacji ekonomicznej, dalszych dynamicznych wzrostów sprzedaży i udziałów rynkowych oraz stabilizacji zaufania do Spółki.

Wzrost mocy produkcyjnych pozwala ZM Kania także na rozwój sprzedaży zagranicznej. Firma podpisała właśnie duży kontrakt na dostawy produktów do jednej z największych sieci handlowych w Niemczech. Na jej półki sklepowe trafiły już przekąski mięsne oraz kabanosy Henryk Kania Maestro. – *Efekty tej współpracy będą widoczne w naszych tegorocznych sprawozdaniach finansowych i być może sprawią, że na koniec roku 2018, udział sprzedaży zagranicznej w przychodach Spółki osiągnie poziom dwucyfrowy* – mówi Henryk Kania. Firma rozwija także współpracę z dotychczasowymi partnerami poza granicami Polski, zwłaszcza w Wielkiej Brytanii oraz krajach Europy Środkowo-Wschodniej. – *Nasze plany sięgają jednak znacznie dalej. Intensywnie budujemy sprzedaż międzynarodową i zwiększamy znajomość naszej marki zagranicą* – dodaje Kania.

Jeden z liderów rynku

ZM Henryk Kania polska, rodzinna firma, a zarazem wiodący producent na rynku wędliniarskim w kraju z przychodami ponad 1,2 mld zł na koniec 2016 roku. Wyniki finansowe za 2017 rok Spółka poda w połowie marca, ale już teraz spekuluje się, że Kania zbliży się do granicy 1,5 mld zł realizując tym samym strategię podwojenia przychodów w cztery lata (2014-2018). Produkty Spółki obecne są w niemal wszystkich wiodących sieciach handlowych w Polsce.

ZM Henryk Kania

[press box](#)