



nowiny

GAZETA • CODZIENNA

Czwartek 5 kwietnia 2018

Nowiny
Czwartek, 5.04.2018

Strefa biznesu

09

Zjadamy 4,5 kg makaronu na osobę. To jeden z najniższych wskaźników w Europie

Ula Sobol
u.sobol@nowiny24.pl



Rzeszów

Rozmowa z Zenonem Daniłowskim, prezesem zarządu firmy Makarony Polskie

Jak obecnie wygląda rynek makaronów w Polsce?

Przechodzi ewolucję - głównie w kierunku produktów o wyższej jakości. Dzisiaj makaron nie stanowi już tylko dodatku do zupy. Makarony zaczynamy spożywać jako drugie dania (są to produkty typu włoskiego, robione z semoliny) oraz jako różnego rodzaju produkty prozdrowotne (makarony żytnie, gryczane i orkiszowe). Konsumentom coraz częściej szukają w żywności nie tylko zaspokojenia głodu, ale czegoś więcej. Chcą, aby żywność poprawiała ich kondycję i zdrowie.

Ile makaronu zjadamy w Polsce?

Konsumpcja makaronów w naszym kraju to 4,5 kg na osobę. To jest jeden z niższych wskaźników w Europie. Dla porównania, na Ukrainie mamy 8 kg na osobę, a w Niemczech aż 10-11 kg. Słaby wynik w Polsce wynika z tego, że producenci makaronów mają sporą konkurencję, głównie producentów kasz, ziemniaków i ryżu.

Jaki był dla spółki Makarony Polskie rok 2017?

Lepszy niż rok 2016 oraz rok 2015. Mamy duże zaufanie rynku, klientów i sieci dystrybucyjnych. Wyprodukowaliśmy 35 tysięcy ton makaronów - to jest prawie 20 procent polskiej produkcji makaronów ogółem. Wytworzyliśmy także 10 tysięcy ton dań gotowych, czyli dań w słoikach i w puszkach. Dzisiaj tak naprawdę każdy zetknął się z produktami firmy Makarony Polskie, czy to w formie produktów oznaczonych naszym brandem Makarony Polskie, czy też jako private label wiodących sieci handlu detalicznego. Drugi obszar naszej działalności to B2B



FOT. KRZYSZTOF KAPICA

- Naszym celem jest rozwój firmy - mówi Zenon Daniłowski

i eksport. B2B to półprodukty przygotowywane dla gastronomii.

Jak dużo spółka eksportuje?

Na Ukrainę w roku 2017 sprzedaliśmy 4000 ton makaronów, a do Egiptu w granicach 1000 ton. Sprzedajemy również makaron do Chin oraz do Norwegii, Szwecji i Finlandii. Eksport jest dla nas bardzo ważny i mamy nadzieję, że rok 2018 będzie lep-

szym pod tym względem niż rok 2017.

Jakie klient ma dzisiaj oczekiwania?

Klient generalnie oczekuje, że żywność, m.in. makaron, będzie łatwa w przygotowaniu. Konsumentom zwracają też uwagę na to, aby wszystko było naturalne, bez żadnych dodatków, polepszaczy i konserwantów.

Jakie makarony mają szczególne wzięcie?

Sporym zainteresowaniem cieszą się makarony razowe, gryczane, żytnie i orkiszowe. Mają one dużo walorów prozdrowotnych, stanowiąc źródło wielu minerałów, m.in. miedzi, cynku, żelaza. Produkujemy również makarony bio, chociaż w Polsce makaron tego rodzaju nie cieszy się zainteresowaniem aż tak dużym, jak np. w Niemczech.

Najbliższe plany spółki?

Naszym głównym dążeniem jest rozwój i podniesienie wartości firmy. W latach 2018 i 2019 chcemy przeprowadzić cztery duże projekty

inwestycyjne o łącznej wartości 50 mln zł.

Jak te inwestycje zostaną sfinansowane?

Przez ostatnie lata sporo w firmie oszczędziliśmy. Mamy też dobre wyniki finansowe. W roku 2016 i w 2017 przygotowaliśmy firmę do tych projektów. W Rzeszowie wybudowaliśmy halę produkcyjną, a w Stoczku zmodernizowaliśmy istniejące budynki. Ponadto zrealizowaliśmy program przygotowania inwestycji, co uważam za najważniejsze. Dzisiaj jesteśmy na etapie dokonywania zakupów i instalacji urządzeń. Będzie to duży projekt inwestycyjny, który przeniesie naszą firmę na zupełnie nowy poziom. Częściowo te inwestycje zostaną zrealizowane z dotacji.

Jaki będzie tego efekt?

Mam nadzieję, że już za dwa lata nasza firma będzie mieć jeszcze więcej produktów nowoczesnych, innowacyjnych i atrakcyjnych cenowo, a zakład w Rzeszowie przy Podkarpackiej 15 będzie wyglądał jeszcze nowocześniej. ©

Konsumentom zwracają uwagę na to, aby wszystko było naturalne, bez żadnych dodatków, polepszaczy i konserwantów

Zenon Daniłowski