**Grzegorz Minczanowski – Prezes Zarządu Zakłady Mięsne Henryk Kania S.A. - fragment wywiadu**

**O głównych założeniach strategicznych, planach rozwoju oraz o rynku wędlin opowiada w rozmowie z ISBnews/ISBhandel Grzegorz Minczanowski, Prezes Zarządu Zakłady Mięsne Henryk Kania S.A.**

*Fragment wywiadu dla agencji prasowej ISB News/ISB Handel*

*(całość:* [*http://www.isbhandel.pl/2016/03/23/zm-henryk-kania-przychody-w-2018-r-powinny-osiagnac-17-mld-zl/*](http://www.isbhandel.pl/2016/03/23/zm-henryk-kania-przychody-w-2018-r-powinny-osiagnac-17-mld-zl/)*)*

**Panie Prezesie, ogłosiliście wyniki za 2015 rok – po raz pierwszy udało się firmie przekroczyć 1 miliard złotych przychodu.**

Tak jest. Wynik ten wpisuje się w realizację naszej strategii, która zakłada podwojenie przychodu w 2018 roku, względem roku 2014. Przekroczenie bariery miliarda złotych jest dla nas pozytywnym impulsem i potwierdzeniem słusznego kierunku obranych działań. Cieszą nas także utrzymane na dobrym poziomie wskaźniki rentowności i ich dynamika.

**Jakie macie założenia strategiczne na 2016 rok, jakie chcielibyście osiągnąć wyniki, wzrosty sprzedaży, zarówno ilościowo, jak i wartościowo?**

Naszym nadrzędnym celem jest realizacja strategii, o której mówiłem przed chwilą. W 2018 roku nasze przychody powinny osiągnąć poziom 1,7 miliarda złotych. W 2016 roku liczymy więc na utrzymanie tempa wzrostu z ostatnich lat, a co za tym idzie, na wygenerowanie przychodów na poziomie ok. 1,3 miliarda złotych na koniec roku. Będzie to możliwe dzięki sprzedaży eksportowej, która w 2016 roku stanowić będzie według naszych przewidywań ok. 8 proc. naszych przychodów, oraz rozwojowi segmentu wędlin plastrowanych i parówek, w których produkcję bardzo mocno zainwestowaliśmy. Chcielibyśmy także do końca roku zamknąć temat akwizycji, nad którym w dalszym ciągu pracujemy, a o czym informowaliśmy już wcześniej.

**A plany długoterminowe?**

Najważniejszym planem, jest kontynuowanie stabilnego i dynamicznego wzrostu spółki oraz utrzymanie wskaźników rentowności i poziomu jej efektywności. Chcemy rozwijać się w kolejnych segmentach rynku, zwiększać w nich swoje udziały oraz generować coraz większe zyski. To z kolei, pozwoli nam na umacnianie naszej pozycji rynkowej oraz da podstawy, by jeszcze bardziej tę pozycję poprawić.