

# Dziczyzna

## – rentowny biznes?



Życiowy odyniec  
wiceprezesa  
Romana Milera – 180 kg

**Rozmowa z Romanem Milerem, wiceprezesem zarządu Polskiego Koncernu Mięsnego Duda, oraz Piotrem Karaskiem, prezesem zarządu Hunter Wild.**

**Czy dla giganta branży mięsnej zaangażowanie w niszowy biznes przetwórstwa dziczyzny to element strategiczny, czy tylko przygoda?**

**Roman Miler:** Nie ma nic przyjemniejszego, kiedy udaje się łączyć obie te rzeczy, a nam się właśnie udaje. Zapewne nawiązuje Pan do faktu, że wielu naszych najważniejszych menedżerów jest myśliwymi, w tym prezes Maciej Duda, ja czy prezes Karasek, by wymienić najważniejszych. Gdybyśmy jednak nie wyliczyli, że to może być dobry biznes, nie weszlibyśmy w niego w 2006 roku. Nie strzelamy ślepą amunicją. W ubiegłym roku przyjęliśmy nową strategię na najbliższe lata, w której potwierdziliśmy dotychczasowy kierunek, czyli specjalizację w obszarze produkcji i przetwórstwa mięsa czerwonego, a to oznacza, że dziczyzna

pozostaje elementem naszej strategii biznesowej.

**Czy to rzeczywiście rentowny biznes na tyle, by was długoterminowo zainteresować?**

**Roman Miler:** Patrząc po obrotach i porównując do innych spółek z grupy, to istotnie nie największa gałąź. Marże są jednak wyższe niż na przykład w wierzwinie, firma jest zdrowa i rentowna, widzimy ponadto duże możliwości zwiększania rynku zarówno w obszarze skupu, jak i sprzedaży. I to jest zadanie dla prezesa Karaska na najbliższy okres. Przypomnę także, że w 2006 roku, przejmując firmę Hunter od niemieckiego właściciela Berger GmbH, spłaciśmy jej długi wobec kół, które oscyływały wokół 3,5 miliona złotych. Gdyby nasza perspektywa była krótkoterminowa, nie wyciągalibyśmy kół z opresji.

**Co zawiera wspomniana strategia w odniesieniu do dziczyzny?**

**Piotr Karasek:** Przede wszystkim odzyskanie rynku, który utraciliśmy w latach 2009 i 2010. Dał się nam wtedy odczuć kryzys gospodarczy i drastyczny spadek popytu w Europie Zachodniej, naszym głównym rynku zbytu. Zwłaszcza w Niemczech był to okres dodatkowej nadpodaży dziczyzny. W przewyżnianiu problemów Huntera nie pomagała ówczesna sytuacja PKM Duda, który miał swoje problemy. W konsekwencji pojawiły się zatory płatnicze, opóźnienia w regulowaniu płatności do kół. By ich nie pogłębiać, podjąłem świadomą decyzję o wycofaniu się z części rynku, zamknięciu kilku punktów skupu i skupie mniejszych ilości towaru. Oceniam, że kilka procent rynku utraciliśmy, chcemy go teraz odzyskać.

**No właśnie, w środowisku było słyhać o problemach Huntera, czy zostały one pokonane?**

**Piotr Karasek:** Mamy je zdecydowanie za sobą. Te trudne kroki okazały się być skuteczne i dziś mogą spojrzeć prosto w oczy kolegom łowczym. Spłaciliśmy wszystkie zobowiązania wobec kół, i to przed terminem. Chciałbym w tym miejscu podziękować łowczym okręgowym i PZŁ za zrozumienie i kredyt zaufania. Wypełniając porozumienie, pokazaliśmy, że jesteśmy poważnym partnerem. Dla Huntera dziś jest czas na odzyskiwanie pozycji. Szukamy chętnych do zakładania punktów skupu, jesteśmy finansowo przygotowani na dużo większy skup niż w ubiegłych latach, magazyny w naszym niemieckim centrum dystrybucyjno-sprzedażowym w Passau są puste, mamy nowych klientów na Zachodzie, w tym duże sieci handlowe, które są w stanie więcej kupić, niż możemy im sprzedać.

**Roman Miler:** Podkreślić trzeba także, że są na rynku podmioty, które

ogłosiły upadłość i nie uregulowały swoich należności wobec kół. To dodatkowa legitymacja dla obecności Huntera na rynku. Muszę też tu przyznać, że wspomniane problemy Huntera byłyby szybciej pokonane, gdyby nie równoległe kłopoty firmy-matki. PKM Duda stracił w 2008 roku poważne pieniądze na różnicach kursowych, które były głębokie i nieprzewidywalne. Dość powiedzieć, że w podobnej sytuacji były tysiące polskich firm. To nie był czas na walkę rynkową i rozwój, ale na obronę, na trudne wybory. Te problemy odbiły się na wszystkich spółkach z grupy kapitałowej. Przełomowym był miniony rok, w którym osiągnęliśmy zysk ponad 32 miliony złotych, z emisji akcji zyskaliśmy na rozwój prawie 100 milionów złotych, a kurs akcji wzrósł o 60 proc. Mamy więc zyski, bezpieczeństwo finansowe na najbliższych parę lat i pieniądze na rozwój. Jesteśmy także ostrożniejsi.

### A poza odzyskiwaniem rynku skupu?

**Roman Miler:** Dziś grupa kapitałowa daje Hunterowi wsparcie strategiczne, finansowe i marketingowe. Efekty pojawiają się wkrótce. Mamy w tym momencie jako grupa dwa główne kierunki rozwoju: powiększanie dystrybucji, w której już jesteśmy jedną z większych firm w kraju, i rozwój przetwórstwa. W tym pierwszym duży nacisk kładziony jest także na rozwój kanału HoReCa (hotele, restauracje, catering), który jest idealnym miejscem do plasowania produktów z dziczyzny. Chcemy zaważać o krajowy rynek, który do tej pory był drugorzędny w naszej strategii. Rozwój przetwórstwa będzie też oznaczał nowe możliwości dla wędlin z dziczyzny, choć to trudny segment rynku.

### Jesteście jednym z nielicznych operatorów na rynku dziczyzny zajmujących się jej skupem i produkcją wędlin. Jak się sprzedają?

**Roman Miler:** Rzeczywiście tak jest. Polowanie to jedno, ale nie zapominamy o żołądku. W 2007 roku wprowadziliśmy na rynek linię wędlin „Na tropie smaku”, sygnowanych logo Hunter Wild. Produkowane są w zakładzie w Ciechanowcu należącym do Centrum Mięsnego Makton i dostępne w jego hurtowniach. Wędliny mają już swoją grupę zagorzałych fanów. Będziemy się starali powiększać produkcję i sprzedaż, bo wędliny te na to zasłu-

gują, są naprawdę smaczne. Ciągłe jednak polski konsument częściej kupuje wędliny z kategorii economy, wędliny z dziczyzny zaś to wyższa i droższa półka, surowiec jest drogi, a to przekłada się na cenę. Dziś sprzedaż tej linii jest stabilna i rentowna, jej wzrost jest bezpośrednio powiązany z promocją, ale na nią przyjdzie czas, gdy ustabilizujemy skup wysokiej jakości surowca. Sprzyja nam także czas, rynek droższych wędlin rośnie w ostatnich latach na poziomie 3 proc.

### A jak wygląda sytuacja na rynkach zachodnich?

**Piotr Karasek:** Kryzys na szczęście nie trwał długo, a popyt zdążył się odbudować. Nasi stali odbiorcy wrócili do normalnego poziomu zakupów. Powiększyliśmy nasz zespół sprzedawczy o doświadczonego handlowca, udało nam się dzięki temu znaleźć nowych klientów, w tym duże sieci handlowe. Procentują też wieloletnie obecności na najważniejszych światowych targach spożywczych w Paryżu i Kolonii. Teraz pracujemy nad marketingiem, lepszym oznaczeniem produktów i ich marką. Zwłaszcza na tamtych rynkach jest to niezbędne, opracowaliśmy więc program działań, który powinien przełożyć się na konkretne wyniki.

### W jakim kierunku będzie się rozwijał rynek dziczyzny w Polsce?

**Piotr Karasek:** Rynek staje się coraz bardziej konkurencyjny, myślę, że coraz większą rolę zaczną odgrywać firmy posiadające duże zaplecze finansowe, organizacyjne i marketingowe, kontrolujące kanał sprzedaży i dystrybucji. Takich firm nie ma za dużo. Stanie się to z korzyścią dla branży. Będą one stabilizowały rynek, a żeby go rozwijać, będą musiały się zaangażować w promocję kultury spożycia dziczyzny, pięknych tradycji i bogatego dziedzictwa polskiego łowiectwa, nie wspominając o większym zrozumieniu i szacunku dla działalności myśliwych, szacunku, którego – mam wrażenie – czasami brakuje dużym zagranicznym podmiotom, próbującym zmonopolizować polski rynek, dla których bardziej jesteśmy zapleczem surowcowym niż kolebką tradycji. Jesteśmy wśród nielicznych dużych polskich



**Piotr Karasek**  
– Prezes Zarządu  
Hunter Wild

firm, które mają możliwości, starają się promować markę polskiej dziczyzny i polski model łowiectwa. Mamy taką silną ambicję.

### Miniony sezon polowań zbiorowych rozpoczęliście hubertowskim polowaniem pod patronatem prezesa Macieja Dudy? Jak przebiegło?

**Roman Miler:** To było pierwsze takie polowanie, na które zjechało prawie 30 myśliwych, przyjaciół i klientów PKM Duda. Odbędzie się ono w Nadleśnictwie Krotoszyn w obwodzie nr 474 k. Baszkowa. Knieje były przyjazne dla nas tego dnia, pokot był piękny, a gospodarze łowiska zadbali, aby oprawa przypominała, jak powinno wyglądać tradycyjne polskie polowanie. Pokot uświetnili trębacz z orkiestry reprezentacyjnej Nadleśnictwa Piaski, a grające psy dzielnie im wtórowały. Chcemy, aby ta impreza stała się cykliczną i żeby polowania hubertowskie PKM Duda wpisały się na stałe w kalendarz naszej firmy.

**Dziękuję za rozmowę! III**

*Daniel Ratajczak*

Polski Koncern Mięсны DUDA SA to jedna z największych grup kapitałowych działająca w branży mięsnej. W ubiegłym roku koncern osiągnął blisko 1,5 miliarda złotych obrotów i 32 miliony zysku. Do koncernu należą spółka Hunter Wild oraz spółka dystrybucyjna w Niemczech Hunter Wild GmbH, tworzące razem jeden z większych polskich operatorów na krajowym rynku skupu dziczyzny.