

# W konsolidacji branży nasza przyszłość

Czy polska branża mięsna ma świetlaną przyszłość i duże perspektywy rozwoju? W obliczu dokonujących się na naszych oczach transformacji, spróbujmy przyjrzeć się im bliżej i odpowiedzieć sobie na pytanie: co je powoduje i jaki może być ich kolejny etap? O ocenę sytuacji branży mięsnej i całego sektora spożywczego poprosiliśmy właścicieli firmy Weindich Bastra – Jerzego i Mirosława Weindich.



Mirosław Weindich zauważa szansę dla polskiej branży mięsnej w rozwoju rodzinnych firm, co wyjaśnia następująco: – Kłopoty firm średnich wynikają w dużej mierze z braku konkurencyjności ich produktów pod względem cenowym. Na rynku mamy coraz częściej do czynienia z walką o klienta. Zauważmy, że zachodnie firmy nie obawiają się konsolidacji i specjalizacji. My także w niej widzimy przyszłość naszej firmy. Optymalizacja produkcji i obniżenie kosztów, to w konsekwencji zwiększenie zysków i rentowności. To jest sprawdzony klucz do poprawy sytuacji na rynku mięsnym, a dla nas – polskich przedsiębiorców – wskazówka, którą powinniśmy właściwie odczytać i wykorzystać.

Mirosław Weindich widzi szansę dla branży także w działaniach w obrębie wytwarzania produktów ze ścisłą specjalizacją: – Przyszłość będzie należała do rodzinnych przedsiębiorstw, wytwarzających produkty z tradycjami, często charakterystyczne dla danych regionów, nie marketowe, ale bazujące na recepturach rodzinnych. Zarządzanie w dużej mierze opiera się na zaufaniu do pracownika. Z jednej strony daje to niższe koszty, z drugiej stanowi receptę na trudności polskich przedsiębiorstw.

Jerzy Weindich podkreśla, że coraz częściej zachodnie koncerny są zainteresowane przejęciem polskich przedsiębiorstw, a ich działania mają zdecydowanie głębsze podłoże niż chęć doraźnej lokalizacji kapitału. Polskie firmy są atrakcyjnym kąskiem dla zachodnich graczy na rynku, ponieważ nasze wyroby są smaczne, produkowane na bazie bardzo dobrego polskiego surowca. Wposażenie zakładów jest niejednokrotnie na poziomie wyższym niż w Europie Zachodniej. Jedynym problemem, jaki napotykać polscy przedsiębiorcy, są skomplikowane regulacje prawne, problemy w zarządzaniu i mentalność. Sposobem na wyjście z patowej sytuacji

jest konsolidacja branży i rynku spożywczego w podmioty będące gwarantem nie tyle przetrwania, co sukcesu.

Jerzy Weindich tak to uzasadnia: – Od wielu pokoleń uczestniczyliśmy w tworzeniu branży mięsnej, staliśmy się współtwórcami sukcesu przemysłu mięsnego w Polsce. Nie możemy pozwolić, aby to, co budowały poprzednie pokolenia, uległo zatraceniu. Mamy wysoko wykwalifikowaną kadrę, nowoczesny park maszynowy, najlepszy w Europie surowiec. Pozostawanie w marazmie i oczekiwaniu na kolejne ruchy wielkich koncernów, to rzecz najgorsza z możliwych. Rodzinne przedsiębiorstwa, z polskimi tradycjami i polskim kapitałem, są w stanie podźwignąć gospodarkę tak, byśmy nie tylko na mapie stali się zieloną wyspą Europy. Zauważa się coraz większy wzrost zainteresowania funduszy inwestycyjnych w polski sektor spożywczy, co potwierdza atrakcyjność tej gałęzi naszej gospodarki. Tak duże zainteresowanie obcego kapitału naszym rynkiem spożywczym, powinno mobilizować branżę mięsną w działaniach konsolidacyjnych.

Właściciele Weindich Bastra, pytani o tak wyraźne ostatnio promowanie ich nazwiska w nazwie firmy, zgodnie odpowiadają, że przed polską branżą mięsną stoi duże wyzwanie i niespotykana dotąd odpowiedzialność. Jerzy Weindich wyjaśnia: – My już nie tylko kupujemy i sprzedajemy, my tworzymy technologię, projektujemy i kreujemy branżę. Od nas zależy, jaki będzie polski przemysł spożywczy. Stąd też musimy wziąć odpowiedzialność za podejmowane działania, firmować swoim nazwiskiem wytwarzany asortyment i tworzone przez nas technologie.

Na tego typu działania nie mogą sobie pozwolić duże spółki, w których zmieniają się prezesi zarządu, a odpowiedzialność za produkty spoczywa na „bezimiennej marce”. Niestety, coraz częściej małe i średnie przed-

siębiorstwa borykają się dodatkowo z problemem konkurencyjności cenowej z produktami marketowymi. Konsolidacja rynku, współodpowiedzialność i wzmacnianie działań własnym nazwiskiem może być jedyną szansą na odnalezienie spójnej strategii całej branży mięsnej w dobie niebezpieczeństw ze strony zachodnich koncernów, dla których nasze wartości i kulturowane przez kolejne pokolenia tradycje wędliniarskie, są jedynie przeszkodą w masowej produkcji wędlin o „jakości przemysłowej”.

Wiele polskich firm rodzinnych, także w branży mięsnej, znanych zarówno w kraju jak i Europie, od lat firmuje swoim nazwiskiem wytwarzany asortyment i podejmowane działania. Są to min.: Krzyżanowski, Niebieszczańscy, Zyguła, Olewnik, Berger, Paruzel, Konarczak czy Nowak. Dorobek tych firm jest znaczący dla polskiej gospodarki i polskiego przemysłu mięsnego. Nazwiska tych osób odzwierciedlają z jednej strony ogromny wkład i dorobek właścicieli, z drugiej zaś strony są gwarantem jakości i bezpieczeństwa.

– Dziś z pełną świadomością twierdzę, że także nasza firma – Weindich Bastra – jest marką samą w sobie. Nie wstydzimy się promować tego, co polskie. Nazwisko Weindich jest śląskie od pokoleń i kolejne pokolenia nie muszą już nikogo prosić o rekomendację, same zaś są o nią proszone dla podniesienia prestiżu i potwierdzenia zaufania klientów – podkreśla Jerzy Weindich, a Mirosław Weindich podsumowuje: – Łączmy nasze wysiłki, łączmy branżę, aby w ten sposób w Europie i na świecie liczone się z naszymi produktami, aby nasz głos był spójny, wyraźny i głośny. W konsolidacji branży mięsnej jest nasza przyszłość, przyszłość polskich firm i środowiska, z którego się wywodzimy.

Wojciech Matusznyi