



SEKO SA

ul. Zakładowa 3, 89-620 Chojnice, tel. +48 52 510 81 40, fax +48 52 396 73 51
seko@sekosa.pl, www.sekosa.pl

na fali smaku

MEDIA RAPORT

listopad 2015

Gazeta Krakowska – Małopolsanie gotują

28.11.2015
nakład: 25 388 egz.

POLECAMY



KOLEKCJA LOYD

O SMAKU MIODU MANUKA

MANUKA to wieczny zielony krzew kwitnący jedynie cztery tygodnie w roku. Z nektaru kwiatów tego krzewu powstaje unikatowy miód, niezwykle aksamitny, a jednocześnie ostry w smaku, według wierzeń Maorysów obdarzony wieloma niezwykłymi właściwościami. Zasmakuj w innowacyjnych aranżacjach herbat z ożywym akcentem miodu MANUKA.

MOKATE


GÓRAŁKI HOT CHOCOLATE

INTENSYWNIE CZEKOLADOWE

Wiecej kremu w Góralkach, więcej czekolady w kremie! Limitywana seria wafelków to propozycja dla tych, którzy lubią intensywne doznania smakowe. Najnowsza edycja popularnego produktu stanowi gorącą przekąskę na chłodne zimowe dni. Nowy produkt to unikalna jesienno-zimowa propozycja producenta Góralki – IDC Holding. Swoją wyrazistą smak Góralki Intenso zawdzięczają większej ilości jeszcze bardziej czekoladowego kremu.

IDC HOLDING


SOS SOJOWY KIKKOMAN

NA ZDROWIE

Sos sojowy Kikkoman to przyprawa, którą wzbogacimy smak każdego dania. Powstaje z 4 składników: soi, ziaren zbóż, soli i wody. Dostępny także w wersji o zredukowanej zawartości soli – Kikkoman Less Salt – świetnie sprawdzi się w diecie dzieci i osób starszych, którym zaleca się mniejsze ilości soli.

www.kikkoman.pl


MAKARONY MIĘDZYBRODZKIE

WYJĄTKOWY SMAK

Międzybrodzkie Makarony to wyjątkowe walory smakowe i wysoka jakość. Podczas gotowania zwiększają ponad dwukrotnie swoją objętość, dzięki zawartości w swoim składzie świeżych jaj oraz mąki z pszenicy durum. Tradycyjna receptura, która pozostaje niezmienna od początku powstania zakładu powoduje, że makaron posiada wyśmienity smak, złocistą barwę, jest sprężysty i nie skleja się.

MAKARON MIĘDZYBRODZKI


FILETY ŚLEDZIOWE Z ZIEŁONYMI OLIVKAMI I KAPARAMI

Firma SEKO – znany polski producent przetworów rybnych – przygotowała Filety śledziowe z zielonymi oliwkami i kaparami 200 g. Są to marynowane filety ze śledzia atlantyckiego w oleju rzepakowym. Ich niezaprzeczalnym atutem jest mięso śledzia bez skóry oraz oryginalne smakowo dodatki: zielone oliwki i kapary. Filety są gotowe od razu do spożycia, mogą też być doskonałą bazą do salatek i świątecznych posiłków.

SEKO


SOS RED THAI MARKI TARSMĄK

GOTOWANIE W AZJATYCKIM STYLU

Curry i chilli – to właśnie tym przyprawom Sos Red Thai zawdzięcza swój oryginalny, wyrazisty smak. Doskonale będzie komponował się zarówno z rybami, owocami morza, jak i z mięsem. Podkreśli także smak potraw z dodatkiem ryżu i warzyw. Może być podawany na ciepło i na zimno. Warto zwrócić uwagę na jego naturalny skład. Polecany zwłaszcza miłośnikom kuchni azjatyckiej.

www.tarsmak.pl


SER ALDAMER MSM MOŃKI

DOSKONAŁO DO PRZEKĄSEK I DAŃ NA CIEPŁO

Ser Aldamer MSM Mońki typu szwajcarskiego, charakteryzuje się łagodnym, słodkawym smakiem. Jego zwarty miąższ usiany jest oczkami o wielkości orzecha łaskowego. Doskonale nadaje się do przygotowania smakowitych i pożywnych kanapek, pysznych koreczków albo kolorowych ruloników. Aldamer świetnie pasuje również do dań na ciepło, jak zapiekanki czy fondue.

MSM MOŃKI


PRZYPRAWA DO PIERNIKA APPETITA

WYJĄTKOWY AROMAT

Do świąt Bożego Narodzenia pozostało jeszcze kilka tygodni i to właśnie teraz jest najlepszy czas na przygotowanie staropolskiego piernika. Dzięki Przyprawie do Piernika Appetita, bożonarodzeniowy piernik będzie kusić wyjątkowym aromatem cynamonu, gałki muszkatołowej, kolendry, goździków i imbiru. Nadchodzące święta zapowiadają się wyjątkowo apetycznie!

APPETITA


FILET ZAPIEKANY NA MAŚLE

NIEBANALNY

Niebanalna propozycja od Majew Wróbel. Wyśmienicie smakuje na zimno i na ciepło. Jego delikatny, maślany smak wraz z wysoką zawartością mięsa (92% fileta z kurczaka) sprawiają, że jest to produkt, do którego chce się wracać.

MAJEW WRÓBEL


ORANŻADA HELLENA YOO!

Z WITAMINAMI

Oranżada Helleny YOO! z witaminami, to musujące orzeźwienie specjalnie dla dzieci i młodzieży. Kultowy i niepowtarzalny smak Oranżady Helleny zamknięty w trendy opakowaniu, które można wziąć ze sobą wszędzie. Puszka bez problemu zmieści się do plecaka czy torby, jest idealna na jeden łyk, a co najważniejsze – nie zawiera konserwantów, sztucznych barwników oraz słodzików!

HELLENA


CHILI FAT BURNER

SPALANIE PRZYSPIESZA ODCHUDZANIE

Chili Fat Burner (Alter Medica) dba o figurę, bo uaktywnia metabolizm tłuszczu i przyspiesza jego przemianę w energię. Zawiera papryczkę chili (stymuluje trawienie), ekstrakt z zielonej herbaty (ogranicza wchłanianie tłuszczu), błonnik jabłkowy (pęcznieje, dając uczucie sytości).

ALTER MEDICA


KOSMETYKI PACHNĄCE BZEM

Z LABORATORIUM KOSMETYCZNEGO JOANNA

Kąpiel solankowa o zapachu bzu przynosi odprężenie, głęboko oczyszcza skórę i ją pielęgnuje. Występujące w niej sole i minerały działają detoksykująco. Balsam do ciała z ekstraktem z bzu regeneruje przesuszoną skórę. Nadaje jej gładkość i elastyczność oraz sprawia, że staje się miękka i miła w dotyku.

LABORATORIUM KOSMETYCZNE JOANNA

Magazyn Przemysłu Rybnego nr 5/2015 z dnia 21.10.2015

Nowe Produkty Rybne



Nowa linia produktów **SALATINO** od Graal



Zdrowe i zbilansowane posiłki są niezwykle istotne dla naszego zdrowia i codziennego funkcjonowania. Ważne, aby dieta zawierała związki organiczne będące budulcem organizmu, witaminy oraz minerały. Dodatkowo musi być różnorodna i oczywiście – smaczna. Właśnie dlatego marka GRAAL postanowiła wprowadzić do swojej oferty nową, różnorodną linię produktów Salatino.

Głównym składnikiem nowej linii produktów Salatino jest tuńczyk. Mięso tej ryby jest bogate w kwasy Omega-3, które są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania naszego organizmu. Tuńczyk dostarcza pełnowartościowego białka, a także war-

tości odżywczych, o które warto zadbać w codziennej, zdrowej diecie. Co ważne, oferta nowej linii sałatek Salatino jest zróżnicowana i każdy znajdzie w niej coś dla siebie. W portfolio produktów znajdują się m.in. Tuńczyk po meksykańsku, Tuńczyk z czarnymi oliwkami, Tuńczyk z grzybami, Tuńczyk z kasztanami czy Tuńczyk z kuskusem perłowym.

Salatki Salatino to idealna propozycja dla osób aktywnych zawodowo, które cenią sobie dania bez substancji konserwujących i sztucznych składników. Dzięki gotowym do podania produktom, sprawdzają się jako zdrowa i szybka przekąska czy idealne, pełnowartościowe drugie śniadanie.



Jesienne nowości seko: mini rybka i filety śledziowe krojone

Wychodząc naprzeciw trendom rynku i rosnącemu zapotrzebowaniu na produkty typu made-to-go, firma SEKO przygotowała nową linię Mini Rybka. Są to produkty dostępne w trzech różnych smakach: czosnek ze szczypiorkiem, cebulka oraz papryka chili. Filety śledzia atlantyckiego połączone z dodatkami i przyprawami zachwycą każdego. Mini Rybka w opakowaniu 50 g idealnie sprawdzi się jako przekąska np. w pracy lub podróży. Ważną i wyróżniającą cechą produktów Mini Rybka jest brak zastosowania do ich produkcji substancji konserwujących i słodzących.

Filety śledziowe krojone ze świeżą cebulką w innowacyjnych smakach to propozycja dań dla całej rodziny lub na spotkanie ze znajomymi. W wygodnych opakowaniach 350 g znajdziemy delikatne mięso śledzia solonego ze świeżą cebulką lub z pietruszką, a także delikatne mięso śledzia marynowanego z żurawiną i brzoskwinia. Odpowiednio doprawione, z dodatkiem oleju rzepakowego, stanowią mogą pożywny, doskonały w smaku posiłek.



Produkty MyFood oznakowane logiem ASC i MSC



Firma MyFood uzyskała na początku tego roku certyfikaty ASC i MSC w łańcuchu dostaw. W ostatnim czasie w ofercie marki pojawiły się także specjalnie oznakowane produkty detaliczne. Połudwiczki z dorsza atlantyckiego 500 g oznakowane logo MSC (certyfikat dotyczy zrównoważonego połowu ryb i owoców morza z zasobów mórz i oceanów) oraz Połudwica z łososia norweskiego marynowana w ziołach 400 g i Krewetki surowe, obrane z ogonkiem 250 g z logo ASC (certyfikat dotyczy zrównoważonego połowu ryb i owoców morza z hodowli). Produkty dostępne będą w sieciach detalicznych, a także sklepikach IKEA.



Pamiętajmy, że wybierając ryby z niebieskim znakiem MSC, wybieramy te, które pochodzą ze zrównoważonych połowów, które w mniejszym stopniu wpływają na ekosystem. Uzyskany certyfikat ASC świadczy o naszej odpowiedzialności społecznej, a przede wszystkim, że wybrane produkty pochodzą z hodowli ograniczających wpływ na środowisko naturalne, prowadzonych w sposób odpowiedzialny.

Rzeczpospolita – Życie Pomorza

17.11.2015

KULTURA: TEATR MUZYCZNY W GDYNI • J7

Uwierz w musical



Gdyńska scena muzyczna w ciągu 56 lat istnienia zrealizowała ponad 330 premier

SYLWETKA: NATALIA PARTYKA • J8

W dwóch światach



Pingpongistka w sporcie niepełnosprawnych zdobyła wszystko, od lat rywalizuje z pełnosprawnymi


RZECZPOSPOLITA

ŻYCIE POMORZA

NR 268 (10297) ŻYCIE POMORZA NR 8 (8)

WWW.ZYCIEREGIONOW.PL

WTÓREK 17 LISTOPADA 2015

Stolica bursztynu

BIZNES
 Trudno o inny kamień, który byłby takim symbolem regionu. Bursztyn doceniany jest m.in. w Azji i na Bliskim Wschodzie.

Nowy cykl „Rzeczpospolitej” Życie Regionów

Informacje o regionach w nakładzie ogólnopolskim


 Bursztyn w naszych salonach sprzedaje się przez cały rok, ale wzmógł się w sezonie letnim, co jest efektem wzrostu liczby turystów – mówi Kazimierz Tomaszewicz, właściciel rodzinnej firmy jubilerskiej Jubitem z Rumii.
 Polska jest dziś potęgą w produkcji biżuterii srebrnej i złotej z wykorzystaniem bursztynu. Nasz udział w światowym rynku wynosi 70 proc. A stolicą tego biznesu jest Gdańsk. Miasto organizuje m.in. multimedialne wystawy poświęcone bursztynowi w stolicach mody: Paryżu, Mediolanie i Londynie. Tradycja stała się też obowiązkowym elementem dla gości odwiedzających Gdańsk: prezentami dyplomatycznymi z bursztynem – mówi Robert Pytlik, koordynator prezydenta Gdańska ds. bursztynu. ©

więcej » J3



Marsz Śledzia, którego wyłącznym partnerem jest spółka Seko, liczy sobie 10 km i prowadzi po Rybitwie Mielźnie na Zatoce Puckiej

Marki nie zapominają o lokalnych korzeniach

MARKETING Nie wszystkie pomorskie brandy podkreślają swoje pochodzenie w budowaniu wizerunku i promocji. Jednak wciąż ma ono dla nich duże znaczenie.

BEATA DREWNOWSKA

– Często powtarzam, że nie wiem, czy udało mi się tak pięknie rozwinąć biznes gdzieś indziej niż w Bydgoszcz – mówi Leszek Gieraszewski, prezes Drukarskiego, czołowego producenta okien w Polsce. – Tu mam świetnych ludzi, ekspertów, pierwszorzędowych fachowców. To nasz wielki atut.

Dobre, bo polskie

Jednak, jak przyznaje, fakt zlokalizowania firmy na Pomorzu nie odgrywa już tak dużej roli jak 50 lat temu, gdy naczynia budować swój wizerunek. – Zawsze jednak podkreślamy, że pochodzimy z Polski – zaznacza szef Drukarskiego, którego olina trafiają nie tylko na rynki europejskie, ale też do USA, Meksyku, Australii i na Bliski Wschód.

Podobne podejście ma obuwnicza firma Gino Rossi, która ma zakład w Słupsku. – Związek Gino Rossi z Pomorzem jest ważny w wymiarze lokalnym, natomiast w komunikacji marki podkreślamy, że nasze obuwie jest projektowane i produkowane w Polsce – mówi Tomasz Malicki, prezes Gino Rossi.

Ekspert tłumaczy, że podkreślanie związków z regionem zależy od kategorii, do której zaliczana jest dana marka.

– W przypadku branży finansowej, telekomunikacyjnej czy farmaceutycznej kluczowa jest jej jak największa rozpoznawalność i międzynarodowy zasięg – mówi Krzysztof Najder, starszy doradca firmy Stratostars by Deloitte.

Ponadregionalny charakter marki ma znaczenie szczególnie w przypadku kategorii, z którymi Polska nie jest kojarzona. Przykładem może być biznes odzieżowy. Z kolei regionalność i korzenie marki

odgrywają ważną rolę w przypadku żywności.

– Nasze gdańskie korzenie, silne zakotwienie w tradycjach Pomorza oraz to, że jesteśmy polską firmą, pozytywnie wpływa na postrzeganie marki Bałtyk – potwierdza Katarzyna Mickiewicz, prezes cukierniczej firmy.

– Tym bardziej że mijają już okresy

W kolorze morza

Ostatnio Bałtyk wprowadził na rynek limitowaną serię pralinek w opakowaniach przygotowanych przez gdańską malarzkę Magdę Benedę.

– Pomorska lokalizacja spółki ma znaczenie w budowaniu wizerunku. Nasze korzenie pokazujemy w logotypie – mówi Maria Brzeska-Deli, specjalista ds. PR firmy rybnej Seko z Chojnic. – Granatowe tło symbolizuje główny obszar naszych zainteresowań: przetwórstwo, produkcję i

sprzedaż produktów pochodzenia morskiego.

Pomorscy przedsiębiorcy mają także swój udział w budowaniu marki regionalnej. Jak zaznacza Sławomir Luczewicz, z-ca dyrektora Departamentu Turystyki i Promocji w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Pomorskiego, jej tworzenie jest zadaniem znacznie trudniejszym niż budowanie marki produktowej, usługowej czy brandu miasta. Jednym z kluczowych wydarzeń dla promocji Pomorza w tym roku był udział w Wystawie Światowej Expo w Mediolanie. W wyjazd tam zaangażowała się m.in. kosmetyczka Złaz z Sopotu. Justyna Piorkowska z działu marketingu tej firmy wyjaśnia, że jednym ze sposobów identyfikowania się marki z regionem jest właśnie wspieranie projektów pokazujących potencjał Pomorza, jego dynamiczny rozwój i możliwości, jakie oferuje firmom i ich klientom. ©

więcej » J4

Po naukę i zabawę

MARKETING | Firmy wywodzące się z Pomorza chętnie wspierają lokalne inicjatywy. Korzystają na tym zarówno mieszkańcy, jak i sami sponsorzy.

BEATA DREWNOWSKA

- W naszej strategii marketingowej bardzo wyraźnie podkreślamy fakt przynależności do Pomorza - przyznaje Marek Skrzętny, dyrektor marketingu Browaru Amber z Bielskoku k. Kolobud. - To region o bardzo bogatych i wielowiekowych tradycjach browarniczych, z których czerpiemy inspirację i których czujemy się spadkobiercami - dodaje. Aby dać temu wyraz, w tym roku po raz pierwszy firma ta

zorganizowała Amber Fest w Gdańsku. Impreza zgromadziła ponad 20 tys. uczestników, którzy wspólnie biesiadowali przy specjalnych kuchniach pomorskiej i piw Ambera.

Aktywni w społeczności

Browar nie jest wyjątkiem. - Staramy się być coraz bardziej aktywni w życiu lokalnych społeczności. Dlatego wspieramy takie inicjatywy, jak Piknik Miejski w Parku

Świętopelka, który służy integracji mieszkańców, czy otwarcie nowego terenu rekreacyjnego w Gdańsku-Kiełpsku - wymienia Konrad Mickiewicz, prezes cukierkarni firmy Bałtyk. - Angażujemy się także w wydarzenia o charakterze bardziej masowym, jak zlot miłośników kąpieli w Bałtyku „Mors sportowy” czy ostatnio w Półmaraton Gdański, w trakcie którego każdy z 4 tys. uczestników otrzymywał naszą czekoladę w pakiecie startowym - dodaje. Społeczność lokalną łączy

także Marsz Śledzia, którego wyłącznym partnerem jest od dwóch lat spółka rybna Seko. Trasa, w której bierze udział 100 osób, liczy sobie 10 km i biegnie po Rybitwiej Mielinie na Zatoce Puckiej. Przy okazji, jak zaznaczają w Seko, marsz jest dobrą formą promocji produktów firmy. - Uczestnicy i sympatycy marszu mają okazję jeść śledzie podczas przejścia przez Zatokę, a także degustować produkty na starcie i na mecie - wyjaśnia Maria Brzeska-Deli, specjalista ds. PR Seko.

również grupa mleczarska Polmlek. Jej właściciele Andrzej Grabowski i Jerzy Borucki - miłośnicy rekonstrukcji historycznych - sześć lat temu kupili i dali drugie życie zamkowi w Gniewie. - To miejsce, gdzie można spróbować naszych produktów - mówi Andrzej Grabowski.

Muzeum, teatru i piłka

Sposobem na promocję marki jest również warta 22,5 mln zł umowa na sponsoring tytułarny, którą ostatnio firma Energa podpisała z operatorem stadionu i miastem Gdańsk (o szczegółach porozumienia piszemy w teście „Energa zamiast PGE”).

Na wsparcie działań sportowych, edukacyjnych i kulturalnych najczęściej decydują się firmy zaangażowane społecznie, także te na Pomorzu. Amber za pieniądze ze sprzedaży piwa Johannes dołożył się do zakupu dwóch eksponatów, które znalazły się w stałych zbiorach Muzeum Historycznego Miasta Gdańska. Tegoroczny zakup to porcelanowy pojemnik w kształcie baranka z pozłacanymi rogami. Pochodzi z manufaktury w Miśni, a zaprojektował go urodzony w Gdańsku Peter Reinicke.

Wśród działań podejmowanych przez kosmetyczną Złazę jest sponsoring Gdańskiego Festiwalu Muzycznego i Festiwalu Jazzu Janina, mecenat Teatru Wybrzeże w Gdańsku oraz współpraca z Bałtycką Agencją Artystyczną Bart. Zakłady Porcelany Stołowej Lubiana wsparły w tym roku 37. Sphyr Ceramików w Lubianie. Seko sponsoruje natomiast klub piłkarski MKS Chojniczanka.

- Jesteśmy dumni z tego, że mamy i wieloletnich sukcesów. W klubie najpierw grali tylko chojniczanie, a teraz plasuje się on w pierwszej lidze i rywalizuje z klasowymi i wymagającymi zespołami - przyznaje Maria Brzeska-Deli. Z kolei Fundacja Rozwoju Edukacji Trefi powołał sopockiego producenta gier i puzzli. Za cel obrał sobie popularyzację sportu oraz aktywnego spędzania wolnego czasu wśród dzieci i młodzieży, zwłaszcza wśród osób niepełnosprawnych. Sponsoruje m.in. drużynę juniorów Trefi Sopot.

Wsparcie działań edukacyjnych ma także wymiar praktyczny. Producent obuwia Gino Rossi jest np. patronem klasy w szkole technikum, którego uczniowie mają możliwość odbycia praktyk w jego fabryce w tym mieście. ☺



Amber Festowi towarzyszyły występy polskich artystów...



*...a w imprezie udział wzięło 20 tys. osób

Drugie życie zamku

Konkurent Seko, spółka Wilbo z Gdyni, w 2015 r. po raz pierwszy była sponsorem „Biegu po rybę”. - Nasza marka konserw rybnych kiero- wanych dla dzieci „Graiki” została głównym sponsorem biegu w kategorii dzieci do lat 12 - wyjaśnia Wojciech Szejna, dyrektor Departamentu Rozwoju i Marketingu firmy Graal. - W ten sposób łączymy promocję brandu z budowaniem wizerunku firmy, która przykłada dużą wagę do zdrowego stylu życia naszych konsumentów.

Promocję produktów ze wspieraniem regionu łączy

Algierski żeglarz

PRZEMYSŁ STOCZNIOWY „El-Mellah” oznacza w języku arabskim żeglarz. Tak nazywać się będzie jeden z największych żaglowców świata budowany w gdańskiej stoczni Remontowa Shipbuilding.



Żaglowiec ma ponad 110 metrów długości, 14,5 m szerokości i 8,6 m wysokości bocznej. - To wielkość porównywalna z „Darem Młodzieży” - mówi „Rzeczpospolitej” Andrzej Wojtkiewicz, prezes Remontowa Shipbuilding. - Powierzchnia żagli wynosi 3000 metrów kwadratowych, to już więcej niż na „Darze” - porównuje.

Zleceniodawcą budowy żaglowca jest Marynarka Wojenna w Algierii. - Nasza stocznia słynie z jakości budowanych statków. Choć przyznam, że w uzyskaniu zamówienia duży udział miał Cenzin, który działa na tamtym rynku - dodaje Wojtkiewicz. - Marynarka Wojenna Algierii swego rodzaju niechęć do nas w Polsce, czy ktoś jest w stanie podjąć się budowy żaglowca. No i udało się nam szybko zawrzeć porozumienie. Trzymasztowa fregata ma służyć celom reprezentacyj-

*„El-Mellah” ma ponad 110 metrów długości

nym i szkoleniowym. - To tradycyjny żaglowiec posiadający elementy nowoczesnego statku. I mimo że budujemy go dla marynarki wojennej, nie ma żadnych cech okrętu - wyjaśnia Andrzej Wojtkiewicz. Projektantem żaglowca jest Zygmunt Choraś, konstruktor największych żaglowców na świecie, wieloletni projektant w Stoczni Gdańskiej. Spod jego ręki wyszły m.in. „Pogoria”, „Dar Młodzieży” i „Fryderyk Chopin”. Kilkanastę dni temu odbyło się wodowanie kadłuba „El-Mellah”. Oddanie żaglowca do użytku zaplanowano pod koniec 2016 roku.

Założa jednostki będzie liczyć 222 osoby, w tym 120 kadetów i kadetek. W ich szkoleniu ma pomagać Akademia Morska w Gdyni. ☺

Energa zamiast PGE

BIZNES I SPORT Była PGE Arena. Teraz jest Stadion Energa Gdańsk. Obiekt budowany przed Euro 2012 zmienił tytułarnego sponsora, a tym samym nazwę.

- Rozpoczęcie współpracy wpisuje się w naszą strategię biznesową i marketingową - mówi Andrzej Tera, prezes Energi. - Od lat wspieramy sport i edukację i popularyzujemy kulturę. Analizy ko-

rzyści objęcia stadionu sponsoringiem tytułarnym jednoznacznie wskazują, że wpisuje się on w promowane przez nas wartości, przyczyni się do wyeksponowania inicjatyw, które prowadzimy od lat oraz zapewni wysoką efektywność sponsoringową - wyjaśnia.

Nowa nazwa obowiązuje od 9 listopada. Tego dnia Energa, miasto Gdańsk i spółka Arena Gdańsk Operator podpisały list intencyjny. Zgodnie z nim Energa będzie

22,5 mln zł

może maksymalnie kosztować Energa pięcioletnia umowa na sponsorowanie gdańskiego stadionu

sponsorem stadionu przez pięć lat. Wysokość kontraktu to maksymalnie 22,5 mln zł. Maksymalnie, bo miasto ma zagwarantowane tylko 3 mln zł rocznie, czyli 15 mln zł w

trakcie trwania umowy. Pozostała część (1,5 mln zł rocznie) będzie zależała od realizacji planu marketingowego i promocji stadionu przez miasto.

Zmianie uległ nie tylko człon sponsora. Obiekt - do tej pory nazywany areną - stał się stadionem. Nowe jest też logo, które teraz nawiąduje do burzyny. Trwają już prace przy rebrandingu, a nowe logo na stadionie ma pojawić się w ciągu dwóch miesięcy. ☺

Centrum start-upów i innowacji

WYDARZENIE Do 21 listopada trwać będzie Światowy Tydzień Przedsiębiorczości. W Gdańsku pierwsze skrzypce gra Inkubator Starter.

Inkubator organizuje cykl wydarzeń, warsztatów, konferencji, spotkań i specjalistycznych zajęć poświęconych innowacjom, rozwijaniu młodych biznesów oraz trendom rynkowym. Od 13 listopada uczestnicy będą

mogli brać udział m.in. w symulacjach biznesowych Biz-Sim Day, a także zdobywać wiedzę z zakresu przedsiębiorczości w ramach takich przedsięwzięć, jak Szlachta Start-upuje, FuckUp Night i Spodkaski Clipster. To projekt dla osób myślących o realizacji ciekawego pomysłu - studentów, startupowców, ale też osób z doświadczeniem biznesowym. To dom na terenie Garnizonu Kultury w Gdańsku - miejsce, które ma zapewnić synergię elementów

coworkingu (wspólnej pracy) z colivingiem (wspólnym mieszkaniem) oraz możliwością akceleracji (szybszego rozwoju biznesu). Przedsięwzięcie zostało powołane do życia przez twórców programów akceleracyjnych: Alfabeta oraz Starter. W czasie Tygodnia Przedsiębiorczości, na uwagę zasługujące tu Venture Day - konferencja poświęcona współpracy środowiska akademickiego, start-upów i inwestorów oraz tematyce innowacyjności. ☺

Home&Market
nr 11 listopad 2015
nakład: 15 000 egz.

Największe szanse mają ci, którzy potrafią sprawnie podążać za trendami

Z Kazimierzem Kustrą, prezesem Zarządu SEKO SA rozmawiała Katarzyna Mazur

Jak podsumuje Pan rok 2015 w branży rybnej?

Trudno jest jednoznacznie ocenić mijający rok, bo najgorętszy czas dla branży – okres przed świętami Bożego Narodzenia – właśnie trwa. Niemniej jednak na pewno nie był to rok porównywalny z poprzednim. Producentom przetworów rybnych trudność sprawiła z pewnością długotrwała susza w miesiącach letnich, która poskutkowała wzrostem cen surowców produkcyjnych, zwłaszcza warzyw i owoców. Nastąpiła więc zmiana cen produktów. Na szczęście konsumenci nie rezygnują z ryb, a średni poziom ich spożycia w Polsce utrzymuje się nadal w okolicach 12 kg rocznie. Konsumenci zaczynają poszukiwać nowych smaków. Przez lata najpopularniejszy był śledź, teraz zainteresowanie klientów skierowane zostało również ku innym rybnym. To znaczy, że branża się rozwija. Jak wynika z raportu Seafood Stady, 71 proc. Polaków spożywa ryby przynajmniej raz w tygodniu. To wciąż wy-

soki wynik, ale producenci powinni skupić się na tych jeszcze nieprzekonanych konsumentach i zachęcić ich do ubogacenia posiłków produktami rybnymi. My odpowiadamy na potrzeby konsumentów, proponując nowe sposoby podania lub przyrządzania produktów tradycyjnych. Tworzymy także innowacje smakowe nie tylko w odniesieniu do najbardziej popularnych gatunków ryb, takich jak np. śledź, ale również innych, rzadziej jeszcze spożywanych, np. makreli.

Jakich produktów rybnych poszukują obecnie konsumenci?

Wart podkreślenia jest fakt, że w Polsce konsumenci mają dostęp do różnorodnej oferty, bo przetwórstwo rybne jest na bardzo wysokim poziomie, również pod względem smaku.

Obecnie najlepiej sprzedają się produkty przetworzone i gotowe do spożycia. W związku z rosnącym tempem życia wiele osób oczekuje gotowego dania, którego nie trzeba przygotowywać, lecz po powrocie z pracy wystarczy

włożyć na przykład do mikrofalówki. Brak czasu powoduje, że ludzie mniej chętnie sięgają po ryby, które wymagają dalszej obróbki. Widać też wśród konsumentów tendencje do zwiększonego spożycia ryb wraz z wiekiem. Młodzi mniej chętnie sięgają po ryby, w przeciwieństwie do osób w przedziale wiekowym po 50. roku życia. Zróżnicowane zainteresowanie społeczne sprawia, że i oferta musi być różnorodna: młodzież chętnie sięgnie po sałatki rybne, drobne przekąski, a starsi klienci po produkty tradycyjne, takie jak np. platy śledziowe czy rolmopsy.

Gospodynie są zainteresowane produktami, z których mogą przygotować posiłek dla całej rodziny. Przygotowujemy więc opakowania rodzinne popularnych smaków (np. krajane śledziowe) oraz dania obiadowe, np. rybę po grecku lub śledzia z warzywami, które można spożywać na zimno lub po podgrzaniu. Wciąż rozwijamy tę kategorię i poszukujemy nowych smaków.

Na rynku można dostrzec tendencję do oferowania produktów o zmniejszonej gramaturze. Przede wszystkim z uwagi na użyteczność produktu, możliwość szybkiego spożycia od razu z opakowania, jak i cenę. Jest spora grupa konsumentów, dla których czynnik cenowy odgrywa niebagatelną rolę.

W jaki sposób zmienia się rynek przetwórstwa rybnego w Polsce?

Rynek przetwórstwa rybnego w Polsce jest specyficzny, na co wpływ ma przede wszystkim nasze położenie geograficzne. W Bałtyku nie ma wielu ga-

W Polsce konsumenci mają dostęp do różnorodnej oferty, bo przetwórstwo rybne jest na bardzo wysokim poziomie, również pod względem smaku. Obecnie najlepiej sprzedają się produkty przetworzone i gotowe do spożycia.

W związku z rosnącym tempem życia wiele osób oczekuje gotowego dania, którego nie trzeba przygotowywać, lecz po powrocie z pracy wystarczy włożyć na przykład do mikrofalówki. Brak czasu powoduje, że ludzie mniej chętnie sięgają po ryby, które wymagają dalszej obróbki.

Rynek przetwórstwa rybnego w Polsce jest specyficzny, na co wpływ ma przede wszystkim nasze położenie geograficzne. W Bałtyku nie ma wielu gatunków ryb. Najwięcej ryb w Europie spożywają Norwegowie. To nie przypadek, bo mają oni łatwy dostęp do morza i do świeżych ryb, które od razu można przygotować.

tunków ryb. Najwięcej ryb w Europie spożywają Norwegowie. To nie przypadek, bo mają oni łatwy dostęp do morza i do świeżych ryb, które od razu można przygotować. Do nas trafiają ryby przede wszystkim w formie mrożonej. Śledź, dorsz czy na przykład szprot są na tym tle wyjątkami. Dlatego też rynek powinien przyszykować się do większego wykorzystania ryb słodkowodnych. Byłaby to ogromna szansa zarówno dla przetwórców, jak i dla hodowców. Pewne zmiany w tym kierunku następują, jednak są dość powolne.

Czy i jakie zmiany czekają branżę przetwórstwa rybnego w przyszłym roku?

Przetwórstwo rybne jest branżą, która cały czas ulega przeobrażeniom. Klienci, do których trafia produkt, decydują o jego żywotności. Producenci zatem muszą dostosowywać swoje produkty do tego, co akurat jest im potrzebne. To wymaga dużych umiejętności technologicznych. Na rynku zatem największe szanse mają ci, którzy potrafią sprawnie podążać za trendami i wymaganiami konsumentów. Obecnie widać na rynku tendencję do zmniejszania gramatury produktów w opakowaniach plastikowych. Jest to związane z tym, że klienci bardzo chętnie sięgają po przekąski, a te, aby były dostrzeżone, muszą być w poręcznych i funkcjonalnych opakowaniach. Są wówczas chętniej wybierane do spożycia.



Poradnik domowy – wydanie specjalne

listopad 2015

nakład: 60 000 egz.

ZE SKLEPOWEJ PÓŁKI



◀ CHLEB Z LIDL

produkuje się bez konserwantów. Żytni rzeczywiście jest tylko z mąki żytniej, a chleb Pełne Ziarno powstaje na naturalnym zakwasie żytnim. Cena: Pełne Ziarno – 3,99 zł, Żytni – 2,49 zł



◀ **SEKO** to marka dla amatorów ryb. Teraz ofertę powiększyła o nowe smaki przekąsek, np. Filety śledziowe z zielonymi oliwkami i kaparami albo z żurawiną i brzoskwinia. Cena: 5,50–6 zł



▶ HORTEX

poleca gotowy „Barszczyk Czerwony”, który został przygotowany na bazie naturalnego soku z buraków. Cena: ok. 3,40 zł



◀ WINIARY

proponują nowy rodzaj kostki z serii Domowa Kuchnia: Bulion z grzybami leśnymi. Może być on bazą do zupy lub sosu grzybowego. Cena: ok. 2,50 zł



▶ **KNORR** przygotował na wigilijną kolację Barszcz czerwony ekspresowy (bez sztucznych barwników i glutaminianu sodu). Cena: ok. 1,50 zł



◀ **MIÓD** wielokwiatowy Królowa Pszczół – m.in. do wypieków i deserów. Szczelne zamknięcie chroni przed dostępem powietrza, co ułatwia zachowanie odżywczych i kulinarnych właściwości. Cena: 34,90 zł

▶ **MAMA I JA** to niegazowana woda źródlana. Można ją podawać dzieciom. Na jej bazie robić też napoje oraz potrawy dla maluchów. Cena: ok. 1,70 zł



◀ **MROŻONE OWOCE HORTEX**, np. Śliwki bez pestek – nadają się do deserów, ciast oraz kompotów. Warto

to wykorzystać, gdy nie ma już dostępu do świeżych owoców krajowych. Cena: 8,49 zł



◀ **PIERNICZKI** firmy Lambert są pulchne i obficie otulone ciemną czekoladą. To dobry pomysł na słodką przekąskę lub ozdobę na choinkę. Cena: ok. 8 zł



◀ **CAFE GREEN ACTIVE** to propozycja dla osób aktywnych fizycznie. Łączy smak kawy czarnej z właściwościami zielonej. Cena: 15,99 zł



Jak zrobić zakwas na barszcz?

Składniki: 1 kg buraków ćwikłowych, 3 l wody, 2 kromki żytniego chleba, 2 ząbki czosnku, łyżka oliwy.



1 Buraki wyszorować, obrać, opłukać, pokroić na cienkie plasterki, ułożyć w kamionkowym naczyniu. Na wierzchu ułożyć kromki chleba.



2 Zalać przegotowaną wodą, przykryć gazą. Odstawić w ciemnym miejscu, w temperaturze pokojowej na 5–6 dni. W czasie kiszenia zbierać z wierzchu pianę. Zakwas zlać do wyparzonych butelek. Dodać do każdej ząbek czosnku i wlać na wierzch łyżeczkę oliwy. Zakorkować.

Portal Spożywczy



Strona główna > Ryby > Wiadomości

Prezes Seko: Próbowano nadwyrężyć nasz wizerunek

Autor: portalspozywczy.pl Data: 26-11-2012, 10:07


Kazimierz Kuśtra, prezes Seko. Fot. Seko

Kazimierz Kuśtra, prezes Seko, nie krył zadowolenia z wyroku Sądu Apelacyjnego w Gdańsku, który podtrzymał decyzję sądu niższej instancji o oddaleniu pozwu Waldemara Wilandta i Dariusza Bobińskiego - byłych akcjonariuszy Wilbo - przeciwko Seko i Złotej Rybce. Nie wiadomo jednak, czy niedawna decyzja sądu kończy cały spór.

NAJNOWSZE POPULARNE KOMENTOWANE

W portalu | W dziale

- Śro 15:48 Wprowadzenie euro i akwakultura szansą dla przetwórców ryb?
- Śro 13:09 Branża rybną potrzebuje kolejnych inwestycji
- Śro 12:26 Polacy na wigilijnym stole postawia dania gotowe
- Pon 16:05 Wilbo ma nowe zamówienie od Grupy Bałtyckiej
- Pon 14:07 Łososi GMO dopuszczony do sprzedaży w USA. Czekaj na rewolucję?
- Pon 11:13 Aldi i Lidl rozstrzegają ofertę ryb świeżych
- Pon 10:19 Seko wierzy w dobry wynik
- Nd 11:01 Jakże będą ceny ryb na święta Bożego Narodzenia?
- Sob 12:45 Wigilijna ryba w Polsce przestaje być karp?
- Sob 08:36 Japonia wznowi połowy wielorybów mimo orzeczenia MTS

SUBSKRYBUJ PORTAL SPOZYWCZY.PL



NEWSLETTER

Podaj adres e-mail

ZAPISZ

Najważniejsze informacje portalu portalspozywczy.pl prosto do Twojej skrzynki pocztowej

WYSZUKIWIARKI

Wszystkie

Oferty pracy (12 370 ofert) - DODAJ OFERTĘ

POWIĄZANE TEMATY

Wilbo ma nowe zamówienie od Grupy Bałtyckiej

Seko wierzy w dobry wynik

Jakie będą ceny ryb na święta Bożego Narodzenia?

Seko nie wypłaci odszkodowania byłym akcjonariuszom Wilbo

W tamtym czasie, w roku 2012, nie produkowaliśmy jeszcze konserw rybnych. Niewątpliwie byłoby to wielkie przedsięwzięcie. Robiliśmy wszystko, aby zrealizować zawarte porozumienie. Chcieliśmy przenieść cały majątek Wilbo na Seko. Tylko takie działanie miało sens. Nie da się ukryć, że takiej fabryce byłoby ciężko utrzymać się w Trójmieście - przypomina w rozmowie z serwisem portalspozywczy.pl Kazimierz Kuśtra, prezes Seko.

Jak dodaje ówczesni akcjonariusze Wilbo złożyli do prokuratury zawiadomienie, że Seko ukraść maszyny należące do trójmiejskiej spółki.

- To oczywiście nieprawda. Chodziło o to, aby zaprzepaścić całe nasze starania i nie dopuścić do połączenia. Nie było mowy o dalszym rozwijaniu współpracy. Dobra wola była tylko po jednej ze stron. To Seko szczerze dążyło do zawarcia korzystnego dla obu stron porozumienia - podkreśla Kuśtra.

Waldemar Wilandt i Dariusz Bobiński wnieśli do Sądu Okręgowego w Gdańsku powództwo przeciwko Seko oraz Złotej Rybce. Byli akcjonariusze Wilbo domagali się solidarnej zapłaty przewidzianej kary umownej w wysokości 10 mln złotych.

W lutym tego roku sąd w całości oddalił powództwo Wilandta i Bobińskiego, jednak biznesmeni złożyli apelację. 24 listopada Sąd Apelacyjny w Gdańsku podtrzymał decyzję sądu okręgowego. Wyrok jest prawomocny, ale nie wiadomo, czy kończy toczyący się od trzech lat spór. Kazimierz Kuśtra nie chciał zdradzać, czy Seko zamierza podjąć dalsze kroki prawne w związku z całą sprawą. Przyznał jedynie, że całe zamieszanie w negatywny sposób wpłynęło na wizerunek spółki.

- Żadnej decyzji jeszcze nie podjęliśmy. Czekamy na uzasadnienie wyroku Sądu Apelacyjnego. Później będziemy się zastanawiać, co dalej. Próbowano nadwyrężyć nasz wizerunek w branży. Bezskutecznie: jesteśmy uczciwi, to główna zasada, którą się kierujemy i tak niezmiennie pozostanie. Osobiście czuję się dotknięty całą sprawą, gdyż jestem jednym z najbardziej doświadczonych i najdłużej pracujących przedstawicieli polskiej branży przetwórstwa ryb - podkreślił Kazimierz Kuśtra, prezes Seko.

Sprawa ciągnie się od ponad trzech lat. W roku 2012 Seko było zainteresowane przejęciem Wilbo, którego głównymi akcjonariuszami byli wtedy Wilandt i Bobiński. Ostatecznie transakcja nie doszła do skutku, gdyż akcjonariusze Wilbo odstąpili od umowy, na mocy której ich spółka miała zostać przejęta przez Seko.

- Z naszej strony była szczerza wola połączenia obu firm w możliwie najlepszy sposób. Wilbo było w 2012 r. w trudnej sytuacji ekonomicznej. Dobrze znałem tę firmę, ponieważ przed laty byłem jej szefem, gdy funkcjonowała jeszcze jako Zakłady Rybne w Gdyni.

Branża:

Wszystkie kategorie

Region:

Oferty ze wszystkich regionów

SZUKAJ OFERT PRACY

lub skorzystaj z innych wyszukiwarek ofert

Polecane oferty

- Zastępca kierownika działu mięso-wędliny
- Specjalista ds. obsługi klienta - j. ukraiński i rosyjski
- Transition Accountant with French / Spanish / Italian
- Zastępca Kierownika Sklepu - Lider Sprzedaży

Nasi partnerzy

PRZEDSTAWICIELE.pl

REKLAMA

WYDARZENIA/KONFERENCJE

DYSKUSJE

WYBIERZ DZIAŁ

- Małgorzata Moska odchodzi z zarządu Alma Market
- Prezes PIH: nie mówimy „nie” podatkom obrotowemu
- Dobrze skonstruowany podatek dla sieci nie będzie wzbudzał zastrzeżeń KE
- Stawka podatku od sieci handlowych może być progresywna
- Dyrektor PFPŻ: Podatek progresywny dla sieci może być zakwestionowany przez KE

REKLAMA

Portal Spożywczy

portalspozywczy.pl

[Dobry Produkt](#)
[Forum Rynku Spożywczego i Handlu](#)
[Koszyk cenowy](#)

[HANDEL DYSTRYBUCA](#)
[HOREKA KAWIARNIE](#)
[MIĘSO WĘDLINY](#)
[MLEKO SER](#)
[ZIOŁA OLEISTE](#)
[RYBY OWOCE MORZA](#)
[OWOCE WARZYWA](#)
[ALKOHOLE PAPIEROSY](#)
[NAPoje SOKI](#)
[KAWA HERBATA](#)
[SIŁO DODATKI PRZEMYSŁOWE](#)
[BIZNES TECHNOLOGIE](#)

[Serwis główny](#) | [Przetwórstwo rybne](#) | [Rybołówstwo i hodowla](#) | [Pozostałe](#)

 Ważne tematy: [Furze i przejęcia](#) | [Zmiany personalne](#) | [Inwestycje i rozwój](#) | [Opłaty półkowe](#) | [Rynki zagraniczne](#) | [Marki własne](#) | [Opakowania](#) | [Więcej »](#)

Strona główna > Ryby > Wiadomości

Jakie będą ceny ryb na święta Bożego Narodzenia?

 Autor: [portalspozywczy.pl](#) Data: 27-11-2015, 10:18


Kazimierz Kustra, prezes Seko. Fot. Seko

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Google+](#) [YouTube](#) [RSS](#)
[Wydrukuj artykuł](#) [Prześlij dalej](#) [Komentarze \(0\)](#)

Zdaniem Kazimierza Kustry, prezesa Seko, przed zbliżającym się Bożym Narodzeniem ceny ryb nie powinny ulec zmianie. Trudno jednak wykluczyć wzrost cen w przyszłości. Branża rybna przygotowuje się do świąt już od dłuższego czasu. Głównym wyzwaniem są zmieniające się gusta polskich konsumentów.

NAJNOWSZE POPULARNE KOMENTOWANE

W portalu | W dół

- Śro 15.48 Wprowadzenie euro i akwakultura szansą dla przetwórców ryb?
- Śro 13.08 Branża rybna potrzebuje kolejnych inwestycji
- Śro 12.26 Polacy na wigilijnym stole postawią dania gotowe
- Pon 16.06 Wilbo ma nowe zamówienie od Grupy Bałtyckiej
- Pon 14.07 Losyś GMO dopuszczony do sprzedaży w USA. Czekaj nas rewolucja?
- Pon 11.13 Aidi i Lidi rozszerzają ofertę ryb świątecznych
- Pon 10.19 Seko wierzy w dobry wynik
- Nd 11.01 Jakie będą ceny ryb na święta Bożego Narodzenia?
- Śob 12.40 Wigilijną rybą w Polsce przestaje być karp?
- Śob 09.38 Japonia wznowi pokowy wielorybów mimo orzeczenia MTS

SUBSKRYBUJ PORTAL SPOZYWCZY.PL



NEWSLETTER

Podaj adres e-mail

ZAPISZ

Najważniejsze informacje portalu portalspozywczy.pl prosto do Twojej skrzynki pocztowej

REKLAMA

 WYSZUKIWARKI [» WYSZUKAJ](#)

POWIĄZANE TEMATY

Seko wierzy w dobry wynik

Kardynał Nycz: Boże Narodzenie zbyt szybko widoczne jest w sklepach

Prezes Seko: Próbowano nadwyżyć nasz wizerunek

Karpie tylko na wigilijnych stołach

- Ceny w nadchodzącym okresie świątecznym będą się kształtować na takim samym poziomie. Niewykluczone, że w przyszłości wzrosną. Żaden surowiec rybny przetwarzany w Seko, z jednym wyjątkiem, nie pochodzi z hodowli ryb, dlatego jesteśmy bardzo uzależnieni od cen rynkowych śledzia czy makreli – przyznaje Kazimierz Kustra w rozmowie z serwisem portalspozywczy.pl.

Prezes Seko zauważa, że obecnie kluczowym jest wzrost spożycia ryb przez Polaków.

- Polacy są raczej mięsożerni, wobec tego nieustannie należy zachęcać ich do jedzenia ryb i informować o korzyściach z tego płynących – zauważa Kustra. Jak dodaje spożycie ryb w Polsce nie rośnie i kształtuje się na stałym poziomie w granicach 12-13 kg na głowę.

- To nie jest dużo, patrząc na takie kraje jak chociażby Niemcy, Norwegia, czy inne mające dostęp do mórz zasobnych w ryby. Nie da się ukryć, że Morze Bałtyckie nie jest bogate, jeżeli chodzi o ryby – podkreśla.

Kazimierz Kustra przypomina, że ostatnie miesiące roku to jak zwykle bardzo intensywny czas dla wszystkich firm z branży przetwórstwa ryb. - Do Bożego Narodzenia przygotowujemy się już od września – zauważa prezes Seko.

Zmiana pokoleniowa wśród konsumentów

Kazimierz Kustra przyznaje, że gusta konsumentów ulegają przeobrażeniom, co w znacznym stopniu wynika ze swoistej zmiany pokoleniowej.

- Szukujemy się do produkcji dostosowanej przede wszystkim do młodych ludzi. Starsze pokolenie, jego oczekiwania odnośnie produktów rybnych, stopniowo traci na znaczeniu. Dla nas kluczowym jest to, co jedzą dzisiejsi nastolatki lub osoby w wieku 20-30 lat. To właśnie te grupy będą głównymi konsumentami naszych wyrobów – mówi.

Prezes Seko zwraca uwagę, że na rynku coraz większego znaczenia nabierają produkty pozbawione konserwantów. Coraz popularniejsze stają się także produkty rybne gotowe do spożycia.

- Chodzi o to, aby przy obecnym stylu życia i powszechnym braku czasu, nie było potrzeby zajmowania się dodatkowym przygotowaniem posiłku – tłumaczy Kazimierz Kustra, prezes Seko.

Spółka Seko zajmuje się przede wszystkim produkcją marynat rybnych, wyrobów rybnych na bazie śledzia solonego, sałatek i past rybnych, ryb smażonych w zalewach octowych i pomidorowych oraz innych rybnych wyrobów garmazeryjnych. W ofercie jest ponad 200 pozycji asortymentowych opartych głównie na bazie śledzia i makreli sprowadzanych z Islandii, Norwegii, Danii i Niemiec. Od 15 marca 2007 jest spółką notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Stanowisko lub zawód
 Branża:
 Wszystkie kategorie
 Region:
 Oferty ze wszystkich regionów
 SZUKAJ OFERT PRACY
 lub skorzystaj z innych wyszukiwarek ofert
 Polecane oferty
 Zastępca kierownika działu mięso-wędliny
 Specjalista ds. obsługi klienta – j. ukraiński i rosyjski
 Transilion Accountant with French / Spanish / Italian
 Zastępca Kierownika Skłupu - Lider Sprzedaży
 Nasi partnerzy
 MONSTERPOLSKA
 REKLAMA
 WYDARZENIA/KONFERENCJE
 DYSKUSJE [» WYBIERZ DZIAŁ](#)
 25 Małgorzata Moska odchodzi z zarządu Alma Market
 13 Prezes Pih: nie mówimy „nie” podatkowi obrotowemu
 11 Dobrze skonstruowany podatek dla sieci nie będzie wzbudzał zastrzeżeń KE
 10 Stawka podatku od sieci handlowych może być progresywna
 8 Dyrektor PFPZ: Podatek progresywny dla sieci może być zakwestionowany przez KE
 REKLAMA
 PortalSpozywczy
 5824 poleceń

Portal Spożywczy

[portalspozywczy.pl](#)

[Dobry Produkt](#)
[Forum Rynku Spożywczego i Handlu](#)
[Koszyk cenowy](#)

[Handel Dystybucja](#)
[HORECA KAWIARNIE](#)
[MIĘSO WĘDLINY](#)
[MLEKO SERY](#)
[ZBOŻA OLEISTE](#)
[RYBY OWOCY MORZA](#)
[OWOCY WARZYWA](#)
[ALKOHOLE PAPIEROSY](#)
[NAPoje SOKI](#)
[KAWA HERBATA](#)
[SŁODZICZE PRZEMIAŁY](#)
[BIZNES TECHNOLOGIE](#)

[Serwis główny](#) | [Przetwórstwo rybne](#) | [Rybołówstwo i hodowla](#) | [Pozostałe](#)

 Ważne tematy: [Fuzje i przejęcia](#) | [Zmiany personalne](#) | [Inwestycje i rozwój](#) | [Oplaty półkowe](#) | [Rynki zagraniczne](#) | [Marki własne](#) | [Opakowania](#) | [Więcej »](#)

Strona główna > Ryby > Wiadomości

Seko wierzy w dobry wynik

 Autor: [portalspozywczy.pl](#) Data: 30-11-2015, 10:16


Zakład przetwórczy Seko. Fot. Seko


[Wydrukuj artykuł](#) | [Prześlij dalej](#) | [Komentuj \(3\)](#)

Pierwsze trzy kwartały roku nie były łatwe dla Seko. Firma odnotowała wyraźny wzrost przychodów, jednak zysk okazał się zdecydowanie niższy od ubiegłorocznego. Kazimierz Kustra, prezes spółki, podkreśla w rozmowie z serwisem [portalspozywczy.pl](#), że sytuacja stopniowo wraca do normy, a wyniki firmy nie powinny być gorsze od ubiegłorocznych.

NAJNOWSZE | **POPULARNE** | **KOMENTOWANE**
 W portalu | W dziale

- Śro 15.08 Wprowadzenie euro i akwakultura szansą dla przetwórców ryb?
- Śro 13.06 Branża rybną potrzebuje kolejnych inwestycji
- Śro 12.06 Polacy na wigilijnym stole postawią dania gotowe
- Pon 16.06 Wilbo ma nowe zamówienie od Grupy Białychiej
- Pon 14.07 Łosoś GMC dopuszczony do sprzedaży w USA. Czekaj na rewolucję?
- Pon 11.12 Alidi i Lidi rozszerzają ofertę ryb świętych
- Pon 10.10 Seko wierzy w dobry wynik
- Nd 11.01 Jakże będą ceny ryb na święta Bożego Narodzenia?
- Sob 12.05 Wigilijną rybą w Polsce przestaje być karp?
- Sob 08.06 Japonia wznowi połowy wietorybów mimo orzeczenia MTS

SUBSKRYBUJ PORTAL SPOZYWCZY.PL



NEWSLETTER

Podaj adres e-mail

ZAPISZ

 Najważniejsze informacje portalu [portalspozywczy.pl](#) prosto do Twojej skrzynki pocztowej

REKLAMA

WYSZUKIWARKI

WSZYSTKIE

POWIĄZANE TEMATY

Wprowadzenie euro i akwakultura szansą dla przetwórców ryb?

Branża rybną potrzebuje kolejnych inwestycji

Graal inwestuje w segment ryb świętych

Trzeci kwartał dobry dla Graala

Wyniki nie powinny być gorsze niż w ubiegłym roku – zdradza Kazimierz Kustra. - Sytuacja nie jest na tyle groźna, abyśmy mogli obawiać się o nasze położenie. Ogólna sytuacja spowodowała, że marże okazały się niższe. Mielśmy do czynienia z pewnego rodzaju huśtawką. Obecnie wszystko wraca do normy – podkreśla prezes Seko.

W ciągu pierwszych trzech kwartałów roku Seko osiągnęło przychody ze sprzedaży na poziomie niespełna 94 mln zł, co stanowi wzrost o 6,8 proc. w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim. Przychody ze sprzedaży produktów wzrosły o 13,1 proc. do 82,7 mln zł. O 34,3 proc. spadły przychody ze sprzedaży towarów i materiałów.

Zysk wypracowany przez spółkę okazał się dużo niższy. W ciągu pierwszych dziewięciu miesięcy tego roku Seko osiągnęło zysk operacyjny w wysokości 2,173 mln zł, co stanowi spadek aż o 45,1 proc. w porównaniu z rokiem poprzednim. Zysk netto spadł o 44,4 proc. do 1,716 mln zł. Wskaźnik rentowności spółki wyniósł 1,8 proc., podczas porównywalnym okresie 2014 roku ukształtował się on na poziomie 3,5 proc.

Seko powstało w 1992 roku w Porcie Rybackim „Dalmor” w Gdyni, a trzy lata później zostało przeniesione do Chojnic. Spółka zajmuje się przede wszystkim produkcją marynat rybnych, wyrobów rybnych na bazie śledzia solonego, sałatek i past rybnych, ryb smażonych w zalewach octowych i pomidorowych oraz innych rybnych wyrobów garmazeryjnych. W ofercie jest ponad 200 pozycji asortymentowych opartych głównie na bazie śledzia i makreli sprowadzanych z Islandii, Norwegii, Danii i Niemiec. Od 15 marca 2007 jest Seko S.A. jest notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

- Wyniki nie były dobre. Ceny ryb poszły w górę. Przedłużająca się susza przełożyła się także na sytuację w naszej branży. Zwiększyły się ceny dodatków używanych w przetwórstwie ryb, takich jak chociażby marchew czy cebula. Tym samym marża się zmniejszyła – mówi Kazimierz Kustra.

Jak dodaje już we wrześniu odnotowano symptomy poprawy, a w październiku marże wróciły do normy.

- Mogę powiedzieć, że jest to dobry wynik. Jeżeli uda nam się ją utrzymać w listopadzie oraz grudniu, to wszystko będzie zmierzało w dobrym kierunku.

Oferty pracy (12 370 ofert) + DODAJ OFERTĘ

Stanowisko lub zawód:

Branża:

Wszystkie kategorie

Region:

Oferty ze wszystkich regionów

SZUKAJ OFERT PRACY

lub skorzystaj z innych wyszukiwarek ofert

Polecane oferty

- Zastępca kierownika działu mięso-wędliny
- Specjalista ds. obsługi klienta – j. ukraiński i rosyjski
- Transition Accountant with French / Spanish / Italian
- Zastępca Kierownika Sklepu - Lider Sprzedaży

Nasi partnerzy

praca.pl

REKLAMA

WYDARZENIA/KONFERENCJE

DYSKUSJE

» WYBIERZ DZIAŁ

- 25 Małgorzata Moska odchodzi z zarządu Alma Market
- 13 Prezes PIH: nie mówimy „nie” podatkowi obrotowemu
- 11 Dobrze skonstruowany podatek dla sieci nie będzie wzbudzał zastrzeżeń KE