

Copyright by  
Biuro Marketingowe  
Piotr Dobrołęcki  
ul. Mazowiecka 2/4  
00-048 Warszawa  
[www.biuromarketingowe.com.pl](http://www.biuromarketingowe.com.pl)

## Aktualna sytuacja na rynku folii aluminiowej

W artykule zebrano informacje, zamieszczane w ogólnodostępnych źródłach od końca roku 2002 do końca lutego 2004 roku. W wielu miejscach odczuwamy wyraźne braki i tylko w nielicznych przypadkach można wyciągnąć bardziej ogólne wnioski. Uzyskany – fragmentaryczny – zbiór informacji narzucił w dużej mierze przyjętą konstrukcję tekstu. W części dotyczącej produkcji folii aluminiowej dysponujemy relatywnie obszernymi danymi publikowanymi przez Grupę Kęty S.A., brak jest natomiast szerszych wiadomości o innych dostawcach folii i laminatów z udziałem folii aluminiowej, szczególnie zagranicznych, natomiast udało się zgromadzić spory zasób wiedzy na temat odbiorców – użytkowników opakowań w kilku dziedzinach przemysłu.

Jak wiadomo, folia aluminiowa ma wiele różnorodnych zastosowań. Najbardziej znanym przeznaczeniem są niektóre laminaty opakowaniowe oraz tzw. folia gospodarcza. Poza tym folia aluminiowa stosowana jest w przemyśle spożywczym – w opakowaniach do margaryny i jej mieszanek, kawy, koncentratów spożywczych, słodyczy (głównie czekolady), lodów, wyższych gatunków papierosów oraz prezerwatyw, a także przy produkcji sprzętu AGD (kuchenki, pralki, lodówki) oraz mat termoizolacyjnych oraz kabli i kondensatorów. Folia aluminiowa jest również stosowana do produkcji opakowań farmaceutycznych i kosmetycznych.

W przeglądzie poszczególnych sektorów gospodarczych zwrócono uwagę na zmiany własnościowe, udziały poszczególnych producentów w ich rynkach, wielkości eksportu, osiągnięte wyniki sprzedaży i plany inwestycyjne, a także zatrudnienie. W wielu przypadkach nie jest możliwe oddzielenie – w oparciu o publikowane dane – produkcji, do której niezbędna jest folia aluminiowa, od produkcji, gdzie ten surowiec nie ma zastosowania.

Uzyskanie bardziej klarownego obrazu wymaga szczegółowych badań i uzyskania informacji zarówno od producentów, jak i użytkowników folii aluminiowej. W wielu branżach czołowi uczestnicy rynku wspólnie zlecają takie analizy firmom niezależnym, aby uzyskać potwierdzone dane przydatne do podejmowania przyszłych decyzji.

## Producenci

Istotnym czynnikiem, jaki będzie miał wpływ na rynek folii aluminiowej na świecie jest utrzymująca się wysoka cena surowca. Od dłuższego czasu aluminium pierwotne na londyńskiej giełdzie metali LME notowane jest na poziomie 1700 USD/MT, gdy jeszcze niedawno oscylowało wokół 1400 USD/MT.

Na rynku folii aluminiowej w Europie początek ubiegłego roku przyniósł widoczne ożywienie, po okresie stagnacji w roku 2002. Według danych Europejskiego Związku Foliai Aluminiowej EAFA sprzedaż w pierwszym kwartale 2003 roku wynosiła 203 tys. ton. W połowie roku nastroje były równie optymistyczne. <sup>1</sup>

## Grupa Kęty

Grupa Kęty jest zarówno producentem folii aluminiowej jak i laminatów opakowaniowych. W Sektorze Opakowań Giętkich Grupy Kęty wytwarzane są trzy rodzaje folii – folia aluminiowa produkowana jest w Kętach, folia polietylenowa w Tychach, a folia polipropylenowa w Płocku – w spółce Flexpol. (Poligrafika 8/2002). Według informacji Grupy Kęty posiada ona 21 proc. udziału w polskim rynku opakowań giętkich. <sup>2</sup>

W 2002 roku obroty Sektora Opakowań Giętkich osiągnęły poziom 174 mln zł, z czego jedną czwartą stanowił eksport (42 mln zł) i był o połowę wyższy niż w roku poprzednim. Największymi odbiorcami byli wówczas: Nestle, Unilever, Philip Morris, Kraft Foods, Dr Oetker, Mokate i Maspex, a także Perfetti Van Melle, Prima i MK Cafe&Tea. Duże koncerny z branży koncentratów spożywczych odbierały łącznie około 70 proc. wszystkich laminatów drukowanych z produkcji Kęt. Park maszynowy w 2003 roku stanowiły: sześć drukarek rotograviurowych, siedem urządzeń do laminacji oraz własna przygotowalnia cylindrów rotograviurowych. Zmodernizowana w 2001 roku linia walcownicza pozwala na produkcję cienkiej folii aluminiowej o grubości od 6 mikronów, która jest wykorzystywana w produkcji własnej, a także sprzedawana odbiorcom zewnętrznym. W 2003 roku zakupiono drugą linię do produkcji cylindrów rotograviurowych wraz z nowymi urządzeniami do grawerowania, maszynę do nakładania lakierów termozgrzewalnych, a także kolejną linię do produkcji folii polietylenowej. <sup>3</sup>

W skład Grupy Kapitałowej Kęty S.A. wchodzi spółka Alupol w Tychach, produkująca wyroby wyciskane oraz opakowania giętkie. W sektorze opakowań giętkich produkuje się opakowania wielowarstwowe dla przemysłu

koncentratów spożywczych, cukierniczego, mleczarskiego, tytoniowego, farmaceutycznego. Na terenie spółki znajdują się dwie nowoczesne hale produkcyjne, których budowa i wyposażenie kosztowało około 150 mln zł. Dokonane inwestycje miały na celu – jak czytamy w materiałach producenta – wzmocnienie pozycji Grupy Kęty na rynku opakowań giętkich i profili aluminiowych poprzez poszerzenie asortymentu wyrobów, kompleksową obsługę strategicznych klientów oraz ekspansję w nowych segmentach rynku. Alupol mieści się na terenie Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej w Tychach. Z tego tytułu Spółka zwolniona jest całkowicie z podatku dochodowego i podatku od nieruchomości przez 10 lat i w połowie przez następnych 8 lat. Spółka Alupol osiągnęła w 2003 roku prawie 120 mln zł przychodu ze sprzedaży, o ponad 25 proc. więcej niż w roku poprzednim.<sup>4</sup>

Cała Grupa Kęty w ostatnim kwartale 2003 roku zarobiła 12,4 mln zł co jest wynikiem dwukrotnie wyższym niż przed rokiem. Roczny zysk wyniósł 69,7 proc. co oznacza wzrost o 48 proc. w stosunku do roku poprzedniego. Przychody w roku 2003 wynosiły 740,15 mln zł. Analitycy zwracają uwagę na korzystne dla Kęt relacje na rynku walutowym. Spółka kupuje aluminium za dolary, a 20 proc. sprzedaży rozlicza w drożącym euro. Przedstawiciele Grupy Kęty podkreślają natomiast pozytywne skutki inwestycji w nowoczesne linie technologiczne, co pozwoliło m.in. pozyskać nowych klientów. W tym roku zapowiedziane jest przejęcie przez Grupę Kęty innych firm z branży z Polski i z krajów sąsiedzkich, których wartość może przekroczyć 100 mln zł. Prowadzone są rozmowy na temat akwizycji firm w kraju oraz za granicą.<sup>5</sup>

Poprzedni rok był bardzo dobry – ocenił w lutym tego roku Jan Kryjak, prezes firmy. Władze Kęt zapewniają, że również rok 2004 będzie dla spółki udany. Wiele zależy od tego, jak kształtować się będzie cena aluminium na rynkach światowych. Budżet spółki budowany był na założeniu, że cena ta wyniesie 1,4 tys. dolarów za tonę. Jeżeli aluminium będzie droższe, jak to ma miejsce obecnie, niewykluczone, że wpłynie to negatywnie na wysokość przychodów – przewiduje Michał Malina, członek zarządu Kęt.<sup>6</sup>

Jeszcze w lutym 2003 roku pojawiły się informacje o planach zakupu przez Grupę Kęty akcji Huty Aluminium Konin, wchodzącej w skład holdingu Impexmetal. Na początku marca zeszłego roku Impexmetal miał przygotować memorandum informacyjne dotyczące sprzedaży 30 proc. akcji konińskiej Huty. Analitycy giełdowi uważali wówczas, że dla Kęt transakcja byłaby korzystna, gdyby objęła większy – kontrolny – pakiet akcji. Potwierdził to Michał Malina, dyrektor ekonomiczny grupy Kęty. Transakcja nie doszła jednak do skutku.<sup>7</sup>

Zatrudnienie w Grupie Kęty wynosiło 1702 osoby w roku 2002, w tym roku Kęty chcą zwiększyć zatrudnienie o 120 osób – w produkcji opakowań aluminiowych oraz wyrobów wyciskanych. W obu tych branżach spółka planuje poważne inwestycje, w tym 55 mln zł na budowę zakładu w Specjalnej Strefie Ekonomicznej w Tychach.<sup>8</sup>

Nowy zakład funkcjonować będzie w ramach działającej już spółki zależnej Kęt – Alupolu. Nowa fabryka ma produkować opakowania giętkie oraz laminaty z nadrukiem. Docelowo nowa inwestycja ma generować ok. 70 mln zł sprzedaży rocznej. Poziom ten powinien być osiągnięty w roku 2007. Mają być wykorzystane maszyny, które „stały bezczynnie w innych zakładach grupy”. Produkty z nowego zakładu mają trafić „w znacznej części do naszych dotychczasowych odbiorców, czyli głównie do dużych zagranicznych koncernów, którzy sami namawiali nas do zwiększenia produkcji” – poinformował Dariusz Mańko, członek zarządu Kęt.<sup>9</sup>

Jeszcze w listopadzie 2002 roku Grupa Kęty poinformowała o zakupie za 11,4 mln zł maszyn i urządzeń do nadruku i laminacji opakowań giętkich od firmy Erg-Pak z przeznaczeniem dla nowego zakładu produkcyjnego spółki. Ocenia się, że dalsze inwestowanie wewnątrz grupy jest bardziej korzystne niż zapowiadane przejęcia innych firm. „Rynek, na którym operują Kęty, jest bardzo rozdrobniony. Wskazanie potencjalnych firm nie jest możliwe” – stwierdził jeden z analityków.<sup>10</sup>

W tym roku Grupa Kęty planuje przychody na poziomie 700,4 mln zł – bez uwzględnienia przychodów firmy zależnej Flexpol, której przychody mają wynosić prawie 70 mln zł.<sup>11</sup>

Po ponad rocznych staraniach Kęty finalizują w roku 2003 sprzedaż Flexpolu, który jest producentem folii propylenowej. Kupującym – jak podano – jest jeden z największych na świecie koncernów z sektora folii propylenowej. Kęty posiadają 60 proc. akcji Flexpolu (resztę ma PKN Orlen) i mogą za nie otrzymać 20 – 30 mln zł. Sfinalizowanie transakcji może zająć kilka miesięcy, bo kupującym jest podmiot zagraniczny. Produkty Flexpolu w znikomym stopniu wykorzystywane są przez Grupę Kęty, jednak Flexpol jest rentowny. Ocenia się, że uzyskane ze sprzedaży Flexpolu środki Grupa Kęty będzie mogła ulokować w innych projektach.<sup>12</sup>

W czerwcu 2003 roku poinformowano o zawarciu umowy na dostawy aluminium pierwotnego o wartości ok. 32 mln zł. Podano jednocześnie informacja, że wartość wszystkich dostaw w 2003 roku wyniesie ok. 60 mln zł. W 2004 roku Kęty zawarły umowę na dostawę aluminium pierwotnego o wartości około 76 mln zł. <sup>13</sup>

#### Główni udziałowcy Grupy Kęty

OFE PZU Złota Jesień	8,1 %
Commercial Union OFE BPH CU WBK	7,6 %
ING NN Polska OFE	7 %
Pioneer Pekao Investment Management	5,2 %
Bank Austria Creditanstalt	5 %
Bank Handlowy	4,1 %

(Rz.6.2.04)

## Folia aluminiowa dla celów gospodarczych

Jedną z dostępnych w internecie ofert jest oferta firmy Hutnik, Sp. z o.o. z Kęt, która oferuje produkt podstawowy o grubości 0,010 mm, a także o grubości 0,014 mm i 0,020 mm. Folia o grubości 0,010 mm nawinięta jest na wałkach o szerokości 290 mm, a długość nawinięcia wynosi 10, 20, 30, 50 i 150 mm. Folie grubsze sprzedawane są w odcinkach 10 metrowych (folia 0,014 mm) i 150 metrowych (folia 0,014 i 0,020 mm).

Hutnik Sp. z o.o. oferuje produkty Grupy KĘTY, w tym folię aluminiową w rolkach o szerokości 290 mm i 450 mm, grubość folii wynosi od 9 do 40 mikronów. Oferuje również folię o grubości od 20 do 90 mikronów i w szerokościach 50 cm i 100 cm.<sup>14</sup>

## Producenci laminatów

Sytuację na rynku opakowań giętkich w połowie 2002 roku wyczerpująco omówił Mirosław Bohdan. Przedstawił istotne zmiany własnościowe, jakie miały miejsce w poprzednim okresie w grupie producentów laminatów z udziałem folii aluminiowej.<sup>15</sup>

O zmianach, jakie miały miejsce od tego czasu wiadomo znacznie mniej, gdyż publikowane informacje są znacznie skromniejsze niż to miało miejsce w poprzednich okresach.

W lipcu 2003 roku rozpoczął się drugi etap inwestycji Suominen Flexible Packaging w Grodzisku Mazowieckim. Zakład został uruchomiony w 2000 roku, a jego wyposażenie składało się z dwóch 8-kolorowych maszyn fleksograficznych. Drugi etap przewiduje dwukrotne zwiększenie powierzchni zakładu, uruchomienie kolejnych dwóch maszyn, pierwszych w Polsce maszyn 10-kolorowych oraz zwiększenie możliwości konfekcjonowania folii i laminacji. Po pełnym uruchomieniu będzie to – jak informuje producent – jeden z najnowocześniejszych zakładów tego typu w Europie. Firma matka – Suominen Flexible Packaging Ltd. – posiada siedem zakładów zlokalizowanych w Finlandii, Szwecji i Polsce, które wytwarzają łącznie ponad 27 tys. ton folii i laminatów.<sup>16</sup>

Firma Cofinec sprzedała w 1999 roku swój polski zakład w Solcu koło Góry Kalwarii austriackiej firmie Frantschach. Dział Materiałów Giętkich i Antyadhezyjnych Grupy Frantschach (Frantschach Flexibles & Release) obejmuje 11 ośrodków produkcyjnych w 7 krajach europejskich i w USA, zatrudnia łącznie ok. 1100 osób i ma obrót w wysokości ok. 210 mln euro rocznie. Firma ta stosuje folie aluminiowe.<sup>17</sup>

Firma Ergis z Wąbrzeźna zapowiedziała pod koniec listopada, że wkrótce zostanie uruchomiona w jednej z jej spółek – w Oławie – linia do produkcji folii opakowaniowej, która ma podwoić moce produkcyjne firmy do ponad 20 tys. ton rocznie. Inwestycja ma wartość 16 mln zł.<sup>18</sup>

Elopak, duński producent opakowań kartonowych Pure Pak<sup>®</sup>, jest dostawcą opakowań do 22 polskich mleczarni. Grupa ta podjęła wspólną akcję telewizyjną promującą świeże mleko w kartonach.<sup>19</sup>

Na wykazie firm, które uzyskały certyfikat na znak bezpieczeństwa B wydany przez COBRO w Warszawie – w grupie „laminaty z tworzyw sztucznych” znajdują się następujące przedsiębiorstwa: Schur Flexible Poland, Sp. z o.o. w Bogucinie, Nordenia Polska Poznań, Sp. z o.o. w Dopiewie, Sealed Air Polska, Sp. z o.o. w Duchnicach, Suominen Polska, Sp. z o.o. w Grodzisku Mazowieckim, Marpol Sp. z o.o. w Ignatkach, Hochland Polska Sp. z o.o. w Kaźmierzu Wlkp., Drukarnia Opakowań Opus S.A. w Krakowie-Balicach, Amcor Polska, Sp. z o.o. w Łodzi, Łódzka Drukarnia Akcydensowa Poligrafia, Sp. z o.o. w Łodzi, Multivac, Sp. z o.o. w Natalinie oraz Giko Opakowania Sp. z o.o. w Poznaniu, a także trzy firmy zagraniczne: Pechiney Scheuch GmbH&Co KG, Mühlthal (Niemcy), Wihuri Oy Wipak, Nastola (Finlandia) i Südpack Verpackungen GmbH+Co, Ochsenhausen (Niemcy). Z pewnością w tej grupie są producenci laminatów z udziałem folii aluminiowej.<sup>20</sup>

Jako alternatywę dla aluminium promuje swoje wyroby firma Natalii – Zakład Poligraficzny z Rokietnicy koło Poznania, która oferuje „Platynki – dekielki typu Walkilid” do opakowań kefirów, jogurtów, śmietany, deserów i pudingów.<sup>21</sup>

## Odbiorecy

### Przemysł tłuszczowy

Na rynku margaryn i miksów niekwestionowanym liderem jest Unilever. Pozostali znaczący producenci to: Bielmar z Bielska-Białej i Warszawskie Zakłady Przemysłu Tłuszczowego.<sup>22</sup>

Udziały w rynku margaryny i miksów (sierpień 2003)

Unilever	28,8 %
Bielmar	17,6 %
ZPT Warszawa	15,8 %
Raiso	8,3 %
Elmilk	6,4 %
Kruszwica (dla Unilever)	4,8 %
Olvit	2,8 %
Pozostali	15,5 %

(GW 7-8.2.04 za GfK Polonia) (BP 22.12.03 za GfK Polonia)

Zakłady Tłuszczowe Kruszwica produkują oleje jadalne, a także margarynę, lecz nie biorą udziału w jej dystrybucji. W tym segmencie marki handlowe zostały sprzedane Unileverowi.

### ZT Kruszwica - przychody

2001	640 mln zł
2002	596 mln zł
2003 (I-III kwartał)	459 mln zł

(BP 28.11.03 wg inf. Kruszwicy)

W 2003 roku upadły zakłady tłuszczowe Kama Food w Brzegu, gdy jej zadłużenie przekroczyło 400 mln. zł). W lutym tego roku miały zostać przejęte za 80 mln zł przez spółkę Evico, która była kontrolowana przez zakłady tłuszczowe w Kruszwicy oraz spółkę Olvit, przejętą w latach 90-tych przez Jerzego Staraka. Olvit specjalizuje się w dostawach tłuszczów dla firm cukierniczych. W 2003 roku wielkość sprzedaży Olvitu miała wynosić 220 mln zł. W styczniu podpisano list intencyjny i uzgodniono warunki umowy przedwstępnej.<sup>23</sup>

Jednak Kruszwica sprzedała swoje 50 proc. udziałów w spółce Evico. Nabywcą jest grupa Cereol Holding z Amsterdamu, inwestor strategiczny Kruszwicy.<sup>24</sup>

Syndyk Kamy Foods pod koniec ubiegłego roku wycenił zakład na 80 – 100 mln zł., chociaż poprzednio wycena wynosiła na 107 mln zł.<sup>25</sup>

Zakłady Przemysłu Tłuszczowego w Warszawie zatrudniają 770 osób, a ich przychody w 2002 roku wynosiły 360 mln zł, a w roku następnym 350 mln zł. W grudniu 2003 roku ogłoszono, że na liście kandydatów do ich kupna znajdują się dwie firmy: Olvit Pro i Kuchcik. W pierwszym kwartale tego roku resort skarbu ma wybrać inwestora, który obejmie 70 proc. akcji o wartości co najmniej 50 mln zł. 15 proc. trafi do pracowników, a część akcji mają otrzymać rolnicy – stali dostawcy nasion. Olvit Pro jest spółką zależną gdańskich zakładów tłuszczowych Olvit i planuje konsolidację produkcji artykułów tłuszczowych. Przewidziano budowę nowej tłoczni o wartości 100 mln zł i udział w konsorcjum stworzonym dla zakupu Kamy Foods. Olvit ma ponad 25-procentowy udział w rynku tłuszczów przemysłowych i kilkuprocentowy w rynku tłuszczów detalicznych. W roku 2003 oczekiwana wielkość sprzedaży miała wynosić 220 mln zł. Kuchcik – istniejący od 12 lat – ma około 7-procentowy udział w rynku olejów spożywczych, a przez ewentualny zakup ZPT w Warszawie planowane jest zwiększenie udziału w rynku olejów i margaryn. Kuchcik zajmuje się konfekcjonowaniem i dystrybucją oleju. Wpływy ze sprzedaży po 10 miesiącach 2003 roku wynosiły 17,4 mln zł.<sup>26</sup>

ZPT w Warszawie średniorocznie od kilku lat wydają na inwestycje 7 mln zł, w roku 2003 zaplanowano wydatki inwestycyjne na poziomie 6,5 mln zł.<sup>27</sup>

## Rynek kawy

Na rynku kawy istnieje podział na rynek kawy palonej oraz rynek kawy rozpuszczalnej. Na obu tych rynkach działają w zasadzie te same firmy.

Rynek kawy palonej szacowany jest na 85 tys. ton jednak od kilku lat systematycznie spada jego wartość.<sup>28</sup>

### Rynek kawy – luty/marzec 2003

Firma	Kawa palona	Kawa rozpuszczalna
Tchibo	21,0 %	14,2 %
Kraft Foods	16,6 %	29,8 %
Elite	13,4 %	4,2 %
Prima	15,9 %	3,6 %
MK Cafe	9,5 %	3,3 %
Nestle	-	36,6 %
Pozostali	23,6 %	8,3 %

(AC Nilsen, Rz.8.5.03)

Proces konsolidacji na rynku kawy palonej trwa od sześciu lat. W 1998 roku firmy Tchibo i Elite, a także amerykański koncern spożywczy Saralee Douwe Egberts (SE) próbowały przejąć firmę MK Cafe. Wartość transakcji miała wynosić 40 mln dolarów. Ostatecznie SE kupiło w roku 2002 firmę Prima.<sup>29</sup>

W 2003 roku izraelska firma Elite podjęła próbę przejęcia MK Cafe. Analitycy oceniali w ubiegłym roku, że w ciągu roku lub dwóch na rynku kaw palonych będą liczyły się tylko trzy – cztery firmy. Najprawdopodobniej będą to Tchibo, Jacobs, Saralee Douve Egberts i Elite.<sup>30</sup>

Holding Tchibo deklaruje, że jest największą firmą kawową w Europie Środkowo-Wschodniej. Tchibo Warszawa w 2002 roku uzyskała 491 mln zł wpływów ze sprzedaży.<sup>31</sup>

Badania w grudniu 2003 i styczniu 2004 prowadzone przez AC Nielsen wykazały, że Tchibo Warszawa ma 13,9 proc. udziału w rynku kaw palonych. Wielkość sprzedaży w roku 2003 wynosiła 567 mln zł i potwierdzała pozycje tej firmy jako lidera na rynku kawy. Palarnia kawy w Markach koło Warszawy zajmuje pierwsze miejsce w rankingu najbardziej efektywnych fabryk Tchibo.<sup>32</sup>

Elite należy do Elite International z siedzibą w Amsterdamie jest ósmym producentem kawy na świecie. Działająca od 1992 roku polska spółka osiągnęła prawie 200 mln zł wpływów ze sprzedaży w roku 2002, a w ciągu pierwszych siedmiu miesięcy ubiegłego roku zanotowano 15 proc. wzrost sprzedaży w

stosunku do roku poprzedniego. W ubiegłym roku Elite planowała inwestycje w wysokości 3 mln zł w palarni kawy w Swadzimiu koło Poznania – największym tego rodzaju zakładzie w Polsce, w którym na początku ubiegłego roku było zatrudnionych 230 osób, a zatrudnienie w całej firmie wynosiło 371 osób.<sup>33</sup>

MK Cafe w roku 2002 uzyskało 137,1 mln zł ze sprzedaży, a w roku następnym sprzedaż spadła o niemal 20 proc. do poziomu 109,8 mln zł.<sup>34</sup>

Poznańska Palarnia Kawy Astra Sp. z o.o. jest najstarszym zakładem produkującym kawę w Poznaniu. Powstała w 1973 roku i w krótkim czasie stała się wiodącym zakładem w prażeniu i przetwarzaniu kawy. W 1994 roku majątek państwowy wzięła w leasing spółka pracownicza. Od momentu prywatyzacji PPK Astra zainwestowała w rozwój firmy ponad 20 milionów złotych. Obecnie Astra jest najbardziej znaną marką w Wielkopolsce. Na lokalnym rynku posiada 80 proc. udziału wśród kaw tzw. wysokiej półki, a na rynku krajowym 4-5%.

W roku 2002 Astra miała przychód w wysokości 46,9 mln zł (79 proc. przychodu z roku 2001), a zatrudnienie wynosiło 140 osób.<sup>35</sup>

#### Kawa cappucino

Rynek kawy capuccino stanowi ponad 10 proc. całego rynku kawy w Polsce i szacowany jest na 150 mln zł – 7 – 8 tys. ton ton rocznie. Liderami jest Mokate (ponad 60 proc.) i Maspex z Wadowic (14 proc.)<sup>36</sup>

Firma Mokate należąca do rodziny Mokryszów w 1995 wybudowała nowoczesny zakład o wartości 20 mln dolarów, gdzie produkowano cappuccino i zabielaćce, a także kakao, napoje czekoladowe i kawę rozpuszczalną. Obecnie eksport cappuccino wynosi 24 proc. produkcji. Druga fabryka powstała w 2001 roku w Żorach, a w październiku 2002 roku firma Mokate weszła na rynek herbaty. Aktualnie Mokate zatrudnia blisko tysiąc osób. Posiada własne firmy dystrybucyjne na Węgrzech i w Czechach oraz przedstawicielstwo w Moskwie. Przychody Mokate w 2003 roku planowane były na 270 mln zł, o 40 mln więcej niż w roku 2002. W tym roku Mokate planuje przychody ze sprzedaży na poziomie ponad 300 mln zł. Ma być też zwiększony udział eksportu we wpływach ze sprzedaży do ponad 30 proc. Mokate zwiększyła w ostatnich miesiącach ubiegłego roku produkcję półproduktów dla przemysłu koncentratów spożywczych, w tym zabielaćcy, dzięki wcześniejszej inwestycji za prawie 20 mln zł. Łącznie eksport stanowi nieco ponad 20 proc. ogólnej produkcji Mokate, a do końca roku może przekroczyć 30 proc.<sup>37</sup>

Mokate – wpływy finansowe w mln zł

2002	270
2003	302
2004 prognoza	328

(Rz 4.2.04 za Mokate)

Grupa Maspex Wadowice jest jednym z największych konglomeratów w przetwórstwie spożywczym. Specjalizuje się w wyrobach typu instant (Cappucino, kakao, herbata), a także w sokach owocowo-warzywnych i w innych wyrobach. Szersze informacje o Maspexie podano w części dotyczącej soków.<sup>38</sup>

## Koncentraty spożywcze

W grupie ciast w proszku liderem jest Dr Oetker Polska, drugie miejsce zajmuje Delecta, a trzecie Gellwe.<sup>39</sup>

Delecta to dawne Zakłady Koncentratów Spożywczych we Włocławku, po roku 1996 należy do norweskiej firmy Rieber Foods Polska S.A. Nowy właściciel zainwestował w rozwój Delecty ponad 30 mln zł, a na przełomie 2002 i 2003 roku dodatkowo jeszcze ponad 40 mln zł. Od 2003 roku Delecta tworzy grupę razem z Anja Cake Sp. z o.o. wytwarzającą gotowe ciasta o przedłużonej trwałości oraz z firmą Big-Fish, która ma 20 proc. udziału w rynku konserw rybnych. W 2002 Delecta osiągnęła sprzedaż 195,8 mln zł, a rok wcześniej 183,1 mln zł. W planach Delecty jest restrukturyzacja przewidująca redukcję liczby tworzących ją zakładów z pięciu do trzech. Analitycy oceniają, że Delecta pozostanie liderem w produkcji dodatków do wypieków i ciast tradycyjnych, a Dr Oetker będzie miał największy udział w rynku produktów wieloskładnikowych. Konkurować z nim będzie firma Gellwe. Według tych samych ocen wartość rynku, na którym działa Delecta, pozostanie na obecnym poziomie 550 – 600 mln zł.<sup>40</sup>

Firma Gellwe sp. z o.o. z siedzibą w Zabierzowie (woj. małopolskie) istnieje od 1984 roku. Jej właścicielem jest Wiesław Włodarski. W 2002 roku przychody ze sprzedaży wynosiły 155 mln zł i były ponad 30 proc. wyższe niż w roku poprzednim. Zatrudnienie wynosi 500 osób. Na eksport trafia 10 proc. produkcji. Według danych Delecty ma ona 20 proc. udziału w rynku deserów.<sup>41</sup>

## Dodatki spożywcze i przyprawy

Sprzedaż w Polsce Vegety, którą produkuje chorwacka Podravka, spadła w ciągu ostatnich lat prawie o 30 proc. Prymat – producent przyprawy Kucharek – i Kamis – producent Warzywka – odebrały Podravce znaczą część rynku. Podravka – według informacji tego producenta – na wciąż największy, bo 41 proc. udział w polskim rynku przypraw uniwersalnych. Zapowiedziano też wejście w nowe segmenty produkcji. Możliwe są sojusze strategiczne z polskimi firmami o podobnym profilu. Wartość sprzedaży Podravki na polskim rynku osiągnęła w 2002 roku 100 mln zł – w tym 90 proc. ze sprzedaży Vegety, a 10 proc. z dodatków do potraw marki Garnello.<sup>42</sup>

Polska jest największym eksportowym rynkiem Podravki. W 2000 roku Podravka wybudowała w Kostrzynie fabrykę, której koszt wynosi 16,5 mln Euro, a zatrudnienie – 180 osób.<sup>43</sup>

W ślad za Podravką co najmniej dziesięć polskich firm wprowadziło na rynek dodatki spożywcze podobne do Vegety. Oprócz wspomnianych Prymatu i

Kamisu produkcje taką prowadzi firma Vitpol z Długiej Wsi koło Stawiszyna (woj. Wielkopolskie). Powstała w roku 1990 i zatrudnia obecnie 120 osób. Wytwarza środki dla przemysłu mięsnego, preparaty białkowe oraz przyprawy, wśród których naczelnie miejsce zajmuje Degusta, której opakowanie na tyle przypomina opakowanie Vegety, że jej producent wystąpił przeciw Vitpolowi na drogę sądową.<sup>44</sup>

Na rynku przypraw tradycyjnych dominującą pozycję zajmuje firma Kamis. Wielkość rynku szacowana jest na 400 mln zł, z wyraźną tendencją wzrostową w najbliższych latach.<sup>45</sup>

Przyprawy tradycyjne – listopad/grudzień 2003

Kamis	48,0 %
Kotanyi	10,0 %
Prymat	9,7 %
Ziołopex	8,5 %
Rovita	3,0 %
Cykoria	2,5 %
Ducros	1,3 %
Pozostali	17,0 %

(PB 24.2.04 wg MEMRB)

Kamis zwiększył w 2003 roku swój udział w rynku o 5 proc. w stosunku do roku poprzedniego, a w tym roku chce jeszcze uzyskać kolejne 7 proc. udziałów rynkowych. W lutym została uruchomiona w zakładzie Kamisu w Stefanowie pierwsza linia do oczyszczania przypraw i ziół – higienizacji surowców roślinnych parą wodną o wartości 12 mln zł.<sup>46</sup>

W 2003 roku Kamis osiągnął 201 mln zł wpływów ze sprzedaży, co jest o 22 proc. więcej niż w roku poprzednim, a w roku 2004 zamierza uzyskać dalszy wzrost – o 17 proc. W tym roku planowane są również inwestycje o wartości 30 mln zł – m.in. w nowoczesne technologie. Kamis zatrudni około 1000 osób w Polsce oraz w spółkach zagranicą.<sup>47</sup>

Ziołopex z Piątka Małego koło Kalisza jest firmą rodzinną Barbary i Jana Kolańskich. W ostatnich dwóch latach przychody spółki wynosiły około 140 mln zł rocznie. W ubiegłym roku został uruchomiony drugi zakład koło Bolesławca, zatrudniający 150 osób. Wartość tej inwestycji wynosiła 30 mln zł.<sup>48</sup>

Firma Ducros, szósta na liście producentów przypraw w roku 2003 – wycofała się już z rynku polskiego.<sup>49</sup>

## Soki

Liderem rynku soków, nektarów i napojów jest grupa Maspex Wadowice posiadająca 40 proc. udziału w tym rynku. Jak wspomniano w części dotyczącej rynku kawy, Maspex jest jednym z największych konglomeratów w przetwórstwie spożywczym. W roku 2002 Maspex osiągnął ponad 1,1 mld zł wpływów ze sprzedaży. Oprócz soków i produktów typu instant Grupa Maspex produkuje makarony. W skład Grupy wchodzi 6 zakładów krajowych i 8 zagranicznych. Eksport w roku 2002 wynosił 17,5 proc. produkcji firmy.<sup>50</sup>

### Rynek soków, nektarów i napoi – październik/listopad 2003

Firma	Udziały ilościowe	Udziały wartościowe
Maspex	37,5 %	42,1 %
Agros Nova	14,3 %	15,9 %
Hortex	13,1 %	11,8 %
Private Labels	11,7 %	6,4 %
Sokpol	5,6 %	3,3 %
Aronia	2,7 %	2,8 %
Alima gerber	1,6 %	3,8 %
Coca – Cola /Cappy	1,3 %	1,6 %
Dr Witt	1,3 %	1,9 %
Pozostali	10,9 %	10,4 %

(Rz. 16.2.04 wg AC Nielsen)

W ubiegłym roku Maspex przejął większościowe udziały największego producenta makaronów w Polsce – lubelskiej Lubelli, a także spółki Polski Lek, producenta i dystrybutora preparatów witaminowych. W tym roku nie jest wykluczona fuzja z inną firmą z branży spożywczej.<sup>51</sup>

### Przychody Grupy Maspex

1994	32 mln zł
1995	49 mln zł
1996	132 mln zł
1997	275 mln zł
1998	414 mln zł
1999	669 mln zł
2000	859 mln zł
2001	1043 mln zł
2002	1117 mln zł
2003	1401 mln zł

(GW 13.1.03, Rz. 16.2.04, wg Maspexu)

Agros Nova – firma powstała w 2003 z połączenia Agrosu Fortuny i Sondy - ma największy w kraju udział w rynku soków gotowych (41 proc.). Jej strategia przewiduje uzyskanie w ciągu najbliższych lat czołowej pozycji na rynku soków, nektarów i napojów. Plany przewidują uzyskanie w tym roku 26 proc. udziałów w rynku. W 2003 roku przeprowadzono restrukturyzację – sprzedano zakłady w Tarczynie, Herbach i Białymstoku, zmniejszono zatrudnienie z 2,2 do 1,4 tys. osób. Obecnie w grupie są trzy zakłady: w Łowiczu, Włocławku i w Tymienicach. Agros Nova wyda w tym roku ponad 103 mln zł na inwestycje, badania i marketing. Ponad 21 mln zł przeznaczone jest na inwestycje w park maszynowy i infrastrukturę zakładów, związane z uruchomieniem nowych linii produkcyjnych. Na początku roku wprowadzono na rynek nową – nieznaną dotąd w Polsce – kategorię produktów – soki owocowe z dodatkiem mleka. Planowany jest wzrost eksportu – z obecnych 6 do 9 proc. przychodów ze sprzedaży.<sup>52</sup>

Agros Nova chce w 2004 roku zwiększyć wpływy ze sprzedaży o 27 proc. w stosunku do roku ubiegłego – do 733 mln zł i w ciągu najbliższych dwóch lat zamierza dogonić Maspex, który obecnie zajmuje pierwszą pozycję na rynku soków owocowo-warzywnych. Po połączeniu Agros-Fortuna z Sondą zwolniono 750 osób spośród 2186 i zmniejszono liczbę produktów o ponad 100. Ze sprzedaży trzech zakładów uzyskano kilka milionów złotych. Robert Niewiadomski, prezes spółki, prognozuje, że na rynku soków będą dwie firmy posiadające po 30 proc. udziałów w rynku. Nie wyklucza fuzji z innymi producentami soków, w tym z Hortexem.<sup>53</sup>

#### Agros Nova Struktura akcjonariatu

Polish Enterprise Fund IV L.P.	56,42 %
Sonda S.A.	38,02 %
Bank Gospodarstwa Krajowego S.A.	5,38 %
Pozostali	0,18 %

(Rz 8.1.04)

Hortex produkuje soki i mrożonki . Akcjonariuszami Hortexu są fundusze z grupy Bank of America, którzy według tej prognozy mogą w ciągu dwóch lat, po wzroście pozycji Hortexu wycofać się z tej inwestycji. Szacuje się, że Fundusze zainwestowały w Hortex prawie 300 mln zł w okresie 1997 do 2003 roku.<sup>54</sup>

Hortex Holding S.A. – wpływy ze sprzedaży

1990/2000	763 mln zł
2000/2001	475 mln zł
2001/2002	323 mln zł
2002/2003	360 mln zł
2003/2004	450 mln zł (prognoza)

Rok obrachunkowy spółki trwa od czerwca danego roku do maja roku następnego

(Rz. 1.7.03 wg Hortex S.A.)

## Lody

Na początku 2001 roku w rankingu największych firm lodowych w kraju wymieniono ośmiu producentów. Do Augusto z Kalisza należało prawie 10 proc. rynku, a do Ekko ze Szczecina – 7 proc. Obie spółki zaczęły tracić pozycję po nieudanej fuzji wiosną 2001 roku i obie ogłosiły upadłość w roku 2002. Majątek Ekko miała przejąć szczecińska firma A.S. Investment i zapłacić za niego niespełna 6,4 mln zł, pomimo że wartość tego majątku szacowano na 30 mln zł.<sup>55</sup>

Według innych badań w 2002 i 2003 roku udziały w rynku lodów w Polsce były następujące:

Firma	2002	2003
Koral	23,21 %	27,4 %
Algida	18,33 %	21,0 %
Nordis	8,51 %	8,5 %
Zielona Budka	8,45 %	6,3 %
Ice Mastry	8 %	7,3 %
Schoeller	7,29 %	7,6 %

(2002: GW Łódź, dodatek „Kto kręci lody”, wg AC Nielsen, inf. z Zielonej Budki), (2003: PB 24.2.04 wg AC Nielsen za I – IX.2003)

Firma Koral z Nowego Sącza istnieje od 25 lat i produkowała w 2003 roku 40 rodzajów lodów w różnych smakach. Na drugim miejscu znajduje się Algida, należąca do holendersko-brytyjskiego koncernu Unilever. Firma Nordis rozpoczęła działalność w 1968 roku, a Zielona Budka jeszcze wcześniej, bo została założona w 1947 roku w Warszawie. Dzisiaj jest to jedna z największych polskich firm produkujących lody gałkowe i familijne. Prawie 100 proc. udziałów należy do Funduszy Enterprise Investors (EI). Ostatnio pojawiły się informacje o sprzedaży tych udziałów zagranicznej firmie z branży, nieobecnej dotąd w Polsce.<sup>56</sup>

Ice Mastery z Czańca od początku lat 90-tych produkuje tylko lody – obecnie w ponad 80 rodzajach. Niemiecka firma Schoeller produkuje lody w Namysłowie na Opolszczyźnie. Dynamicznie rozwija się Chłodnia Łódź S.A., która produkuje lody familijne w kartonikach. Oferta obejmuje blisko 50 pozycji od lodów na patykach po rolady lodowe.<sup>57</sup>

## Guma do żucia

Wrigley Poland jest częścią międzynarodowego koncernu o ponad 100-letniej tradycji w produkcji i sprzedaży gumy do żucia. W Polsce prowadzi działalność handlową od 12 lat, a od 1996 roku produkuje gumę do żucia w zakładzie w Poznaniu, który jest, jak określa sam producent, „najlepszą z 14 naszych fabryk na świecie”. W roku 2003 zwiększono zatrudnienie o 80 osób, a tym roku w planie jest zatrudnienie kolejnych kilkudziesięciu osób. Wrigley Poland ma ponad 90 proc. udziałów w rynku gumy do żucia w Polsce. Wartość inwestycji w 1996 roku wynosiła 28 mln dolarów, a następnie zainwestowano prawie 140 mln zł w ciągu siedmiu lat. W 2002 roku zwiększono moce produkcyjne o 30 proc. Polska fabryka ma być największą na świecie i cel ten ma być zrealizowany do roku 2008.<sup>58</sup>

## Prezerwatywy

Jedynym polskim producentem prezerwatyw jest Unimil S.A. w Dobczycach pod Krakowem. Według informacji tego producenta jest to „drugi w Europie producent prezerwatyw”.<sup>59</sup>

Unimil ma ok. 65 proc. w udziału w polskim rynku prezerwatyw, 15 proc. produkcji kierowana jest na eksport. Główni akcjonariusze to: Condomi GmbH (60,07 %), Universal S.A. (12,62 %) i mpt med production and trading GmbH (9,97 %). Wielkość rynku polskiego szacowana jest na 120 mln sztuk rocznie.<sup>60</sup>

Unimil - przychody netto ze sprzedaży w tys. zł

Rok	I kw.	II kw.	III kw.	IV kw.
1999	4186	4905	5295	4373
2000	5768	5005	5612	4960
2001	7773	6812	7421	7035
2002	8261	7849	8437	7317
2003	8759	8245	9991	Ok. 8400

(Parkiet, Przewodnik Inwestora 12/2003), (Rz. 5.2.04)

Przedsiębiorstwa Przemysłowo-Handlowego Unimil Sp. z o.o. powstało w grudniu 1990 roku. W roku 1997 nastąpiło przekształcenie w Spółkę Akcyjną. W roku 2000 pakiet większościowy akcji Unimil S.A. wykupiła Grupa Kapitałowa Condomi, która w maju 2000 roku powołała nową radę Nadzorczą i Zarząd Spółki z siedzibą w Krakowie. Przedsiębiorstwo Unimil Sp. z o.o. zajmowało się głównie produkcją i sprzedażą prezerwatyw, ale również sprzedażą artykułów dla dzieci i niemowląt oraz rękawic gumowych. Produkcję prezerwatyw zlokalizowano w filii Krakowskich Zakładów Przemysłu Gumowego Stomil w odległych od Krakowa o 30 km Dobczycach. Otwarcie nowego zakładu nastąpiło w połowie 1995 roku. W latach 1998-1999 powiększono obiekt o nową halę produkcyjną oraz wyposażono w dalsze ciągi produkcyjne. Najbliższa przyszłość Unimil S.A. to dalsza modernizacja i rozbudowa wyposażenia oraz znaczący przyrost zdolności produkcyjnych.

W roku ubiegłym w wyniku konsolidacji polskiego rynku prezerwatyw Unimil S.A. przejął prawo do produkcji i sprzedaży prezerwatyw marki CONAMORE, których dotychczasowym producentem była firma Proimpex Sp. z o.o z Łodzi. W efekcie tego połączenia inwestor strategiczny Unimil - firma Condomi, stała się „największym producentem prezerwatyw w Europie”.<sup>61</sup>

## Materiały termoizolacyjne dla budownictwa oraz kable

Folię aluminiową stosuje się do niektórych rodzajów budowlanych materiałów termoizolacyjnych jak papa izolacyjna, maty z wełny mineralnej czy folie zbrojone.

W 2002 roku na rynku papy było pięciu – sześciu producentów, a około 30 – 35 proc. papy pochodziło z importu. Największym producentem była spółka Icopal S.A. ze Zduńskiej Woli, wchodząca w skład duńskiego koncernu Icopal a/s, która miała 30 do 40 proc. udziału w rynku, a znaczącą pozycję miała też krakowska firma Isoglas (15 proc. udziału w rynku).<sup>62</sup>

Na rynku budowlanych materiałów izolacyjnych ważne miejsce zajmuje Rockwool Polska, a także Isover, Paroc i Ursa. Grupa Rockwool w 1993 roku kupiła i zmodernizowała pierwszą fabrykę w Polsce oraz rozpoczęła produkcję wełny mineralnej w Cigacicach. W 1996 roku uruchomiono produkcję w drugim zakładzie w Małkini. Połowa produkcji polskich fabryk firmy Rockwool przeznaczona jest na eksport. Zatrudnienie wynosi 600 osób. W ciągu 10 lat Rockwool zainwestował w Polsce 450 mln zł.<sup>63</sup>

Na polskim rynku materiałów budowlanych oferowane są folie zbrojone paro- i wiatroizolacyjna Nicobar<sup>®</sup>, które składają się z folii polietylenowej zbrojonej oraz odpornej na korozję – jak zaznaczono w informacji dystrybutora – folii aluminiowej. Dystrybutorem jest firma Maxform – Materiały Budowlane z Lublina.

Innym produktem są płyty z wełny szklanej produkcji firmy Climaver. Są to sztywne płyty wykonane z gęsto sprasowanych włókien szklanych, połączonych żywicą termoutwardzalną, pokryte od strony zewnętrznej wzmocnioną folią aluminiową stanowiącą barierę powietrzną. Płyty służą do wykonywania gotowych, izolowanych termicznie i akustycznie przewodów o przekroju prostokątnym, służących do przesyłu powietrza w instalacjach klimatyzacyjnych, wentylacyjnych oraz w powietrznych instalacjach grzewczych. Do łączenia poszczególnych sekcji przewodów służy specjalna samoprzylepna taśma aluminiowa. Produkty te są w Polsce dystrybuowane przez Firmę Handlową BH-Res z Rzeszowa.

Folia aluminiowa jest również stosowana w produkcji kabli elektrycznych. Do niektórych ich rodzajów stosuje się folię aluminiową jako element tzw. oplotu. Takie kable firmy Cabletech dystrybuuje w Polsce firma Adamar z Ozorkowa.

Posumowanie

Uwzględniając fragmentaryczność przedstawionych danych, można jednak postawić tezę o trwale rozwijającym rynku folii aluminiowej, gdyż we wszystkich zaprezentowanych gałęziach przemysłu, w których ma zastosowanie folia aluminiowa, notujemy zwiększenie produkcji. Dlatego można ocenić, że na polskim rynku będzie w najbliższych latach wzrastać zapotrzebowanie na folię aluminiową, jeżeli nie nastąpią znaczące zmiany technologiczne eliminujące lub ograniczające zapotrzebowanie na ten surowiec. Uzyskanie bardziej wyraźnego obrazu wymaga – jak powiedziano na wstępie – zebrania informacji od producentów i odbiorców i na tej podstawie przeprowadzenia szczegółowej analizy, a następnie przygotowania opracowania syntetycznego.

Piotr Dobrołęcki

## Przypisy

- <sup>1</sup> Packaging Polska 07-08/03 (Statystyka EAFA obejmuje rynki Armenii, Unii Europejskiej, Rosji, Szwajcarii, Republiki Czeskiej, Turcji oraz Węgier)
- <sup>2</sup> [www.gk.kety.com.pl](http://www.gk.kety.com.pl)
- <sup>3</sup> Zbigniew Paruch, Grupa Kęty S.A., Największy polski producent opakowań giętkich obchodzi 50. urodziny, Poligrafika 8/200
- <sup>4</sup> Rzeczpospolita 10.2.04; [www.gk-kety.com.pl](http://www.gk-kety.com.pl)
- <sup>5</sup> Puls Biznesu 6.2.04; Rzeczpospolita 6.2.04
- <sup>6</sup> Rzeczpospolita 6.2.04
- <sup>7</sup> Puls Biznesu 26.2.03
- <sup>8</sup> Rzeczpospolita 3.2.04, 6.2.04
- <sup>9</sup> Puls Biznesu 7.11.03, Rzeczpospolita 7.11.03
- <sup>10</sup> Puls Biznesu 3.10.03, [www.opakowania.com](http://www.opakowania.com)
- <sup>11</sup> Puls Biznesu 5.2.04
- <sup>12</sup> Puls Biznesu 10.02.04
- <sup>13</sup> Rzeczpospolita 30.6.03 i 2.2.04
- <sup>14</sup> [www.hutnik.com.pl](http://www.hutnik.com.pl)
- <sup>15</sup> Mirosław Bohdan, Opakowania giętkie z nadrukiem w Polsce. Kolejne zmiany. Opakowanie Taropak 2002
- <sup>16</sup> Packaging Polska 07-08/03 i 09/03, ogłoszenie
- <sup>17</sup> Mirosław Bohdan, Opakowania giętkie ..., Informacja firmy i ogłoszenie Opakowania 10.2003
- <sup>18</sup> Rzeczpospolita 29-30.11.03
- <sup>19</sup> Puls Biznesu 9.12.03
- <sup>20</sup> Opakowanie 7/03
- <sup>21</sup> Packaging Polska 9/03
- <sup>22</sup> Gazeta Wyborcza 7-8.2.04
- <sup>23</sup> Rzeczpospolita 1.12.03 i 28.1.04, Puls Biznesu 14.1.04, Gazeta Wyborcza 7-8.2.04
- <sup>24</sup> Puls Biznesu 9.2.04
- <sup>25</sup> Puls Biznesu 28.11.03 i 1.12.03
- <sup>26</sup> Rzeczpospolita 1.12.03, Puls Biznesu 22.12.03 i 1.12.03
- <sup>27</sup> Rzeczpospolita 1.12.03
- <sup>28</sup> Puls Biznesu 28.1.03
- <sup>29</sup> Rzeczpospolita 8.5.03
- <sup>30</sup> Rzeczpospolita 8.5.03
- <sup>31</sup> Rzeczpospolita 8.5.03
- <sup>32</sup> Rzeczpospolita 23.2.04
- <sup>33</sup> Rzeczpospolita 8.5.03 i 26.8.03, Puls Biznesu 23.1.03
- <sup>34</sup> Rzeczpospolita 26.8.03
- <sup>35</sup> Rzeczpospolita 13.1.04
- <sup>36</sup> Rzeczpospolita 8.5.03
- <sup>37</sup> Rzeczpospolita 8.5.03 i 4.2.04
- <sup>38</sup> Rzeczpospolita 1.4.03
- <sup>39</sup> Rzeczpospolita 22.4.03
- <sup>40</sup> Rzeczpospolita 22.4.03 i 12.5.03
- <sup>41</sup> Rzeczpospolita 22.4.03, [www.gellwe.pl](http://www.gellwe.pl)
- <sup>42</sup> Puls Biznesu 16.1.04
- <sup>43</sup> Puls Biznesu 22.5.03, Gazeta Wyborcza 8.9.03
- <sup>44</sup> Rzeczpospolita 6.2.04
- <sup>45</sup> Puls Biznesu 24.2.04
- <sup>46</sup> Rzeczpospolita 17.2.04, Puls Biznesu 24.2.04
- <sup>47</sup> Puls Biznesu 24.2.04
- <sup>48</sup> Puls Biznesu 2.9.03
- <sup>49</sup> Puls Biznesu 24.2.04
- <sup>50</sup> Rzeczpospolita 1.4.03, Puls Biznesu 23.1.04
- <sup>51</sup> Rzeczpospolita 16.2.04
- <sup>52</sup> Puls Biznesu 23.1.04
- <sup>53</sup> Rzeczpospolita 8.1.04
- <sup>54</sup> Rzeczpospolita 1.7.03 i 8.1.04
- <sup>55</sup> Puls Biznesu 14.1.03
- <sup>56</sup> Puls Biznesu 24.2.04

<sup>57</sup> Gazeta Wyborcza, Łódź, dodatek „Kto kręci lody”

<sup>58</sup> Rzeczpospolita 8.5.03, Gazeta Wyborcza 12.1.04, ogłoszenie

<sup>59</sup> Gazeta Wyborcza 12.1.04, ogłoszenie

<sup>60</sup> Gazeta Wyborcza 20-21.9.03, Parkiet, Przewodnik Inwestora 12/2003

<sup>61</sup> [www.unimil.net](http://www.unimil.net)

<sup>62</sup> Puls Biznesu 20.9.02

<sup>63</sup> Rzeczpospolita 15.12.03, dodatek sponsorowany