

Rzemieśnicza lodowa alternatywa



Dlaczego warto inwestować w dobre surowce? Jak nie przespać sezonu i wykorzystać składniki do lodów w cukiernictwie? Czym jest crossing w branży lodowej i dlaczego warto go stosować – na te wszystkie pytania odpowiada Sławomir Szewczyk, właściciel Sempre Group oraz sklepu Cukieteria.pl.



MB: Jak to jest z tym sezonem lodowym w Polsce? Ła- to było przeciętne, a liczby wskazujące na spożycie lodów przez Polaków mówią o tendencji wzrostowej. Faktycznie jest tak dobrze?

Sławomir Szewczyk: Statystyczny Polak rocznie zjada ok. 5 litrów lodów, w tym roku jest to 10% więcej w porównaniu do poprzedniego. Czy to dużo? W krajach skandynawskich roczne spożycie lodów na osobę wynosi ponad 15 litrów. W Polsce wciąż jemy mało lodów, ale fakt tendencja jest zwykła, a co najważniejsze idziemy w jakość nie ilość. Coraz częściej wybieramy lody treściwe. Coraz częściej sami lodziarze stawiają na jakość i trendy. W Polsce jest krótki sezon lodowy, który rozpoczyna się pod koniec marca, kończy we wrześniu, na ten okres przypada największa sprzedaż i chyba właśnie to najbardziej doskwiera branży lodowej.

Jaką masz na to radę?

Sezon lodowy uzależniony jest od pogody, na którą nie mamy wpływu. Możemy znaleźć alternatywy w postaci produktów, deserów z wykorzystaniem lodowych komponentów. Desery fit, desery bezglutenowe. Poszukajmy w trendach, które nasz otaczają.

Jak sądzisz, jakie trendy czekają nas w nowym sezonie?

Kierunek obrany przez lodziarzy, cukierników w Polsce bardzo mnie cieszy. Większość z nich stawia na naturalność. Coraz więcej otwiera się miejsc, gdzie możemy zjeść bardzo dobre rzemieśnicze lody. Ry-



Decorgel Malina

Pasta Frutti di Bosco
owoce lasu
Pernigotti

Wanilia Top
Pernigotti

nek szybko weryfikuje jakość każdego produktu, także lodów. Moim zdaniem podstawowym błędem wielu firm jest jednorodność. Nastawiają się na produkcję lodów, a zapominają, że wiele z surowców przeznaczonych do ich produkcji mogą wykorzystać w cukiernictwie. Moim zdaniem powinniśmy zaskakiwać naszych klientów nowym asortymentem, nowymi smakami.

Cały czas mówimy o jakości, ale dobra jakość to także wyższe ce-

ny za komponenty, a co za tym idzie – wyższe ceny lodów czy produktów cukierniczych.

Fakt, ceny wielu produktów poszły w górę, a więc i ceny końcowego produktu wzrosły, co najgorsze tendencja jest zwykła. Zauważyliśmy wzrost cen za wanilię, czekoladę czy orzechy, w tym pistacje i migdały. Rynek wymaga od nas elastyczności, ale także „kontrolowania” konkurencji. Wielu lodziarzy i cukierników zamyka się, nie obserwuje tego, co się wokół nich dzieje. Moim zadaniem takie myślenie jest dobre, ale tylko w krót-



kiej perspektywie. Każdy cukiernik czy lodziarz powinien regularnie odwiedzać konkurencję. W jakim celu? Po to, aby być dwa kroki przed nią, a nie za nią. Prowadzenie lodziarni, cukierni czy każdej innej firmy przypomina grę w szachy.

Jaką receptę masz na wzrost cen surowców do lodów? Czy jedyną opcją jest przeliczenie kosztów na klienta?

Nie mam żadnej recepty, to jest coś, na co nie mamy wpływu. Jedyne, co możemy zrobić, to zaakceptować zaistniałą sytuację, chyba że wybierzemy opcję tańszych surowców, ale jest ryzyko, że klienci przyzwyczaili się do pewnej jakości, którą reprezentujemy, i będą zawiedzeni. Decyzja o podwyższeniu cen za produkt końcowy jest kwestią indywidualną. Nie ma magicznej reguły mówiącej: ile, kiedy i czy w ogóle powinniśmy podnosić ceny. Winston Churchill mawiał, że niezależnie od tego, jak piękną mamy strategię, trzeba czasem przyjrzeć się jej efektom. Uważam, że jedyną słuszną opcją jest zaufanie intuicji, a co najważniejsze zawsze obserwujemy rynek.

Wspominałeś o surowcach do lodów w cukiernictwie? Tak się da?

Oczywiście, zachęcam moich klientów do takich działań. Wiele z naszych komponentów lodowych, np. Pasta Pistachio Puro 100% z Pernigotti, nadaje się do ciast, kremów czy tworzenia nadzień do trufli i pralin. Fakt, cena za taką pastę jest wysoka, ale ręczę, że jak raz jej spróbujesz, po inną się sięgniesz. Czasami warto zapłacić wię-

cej za surowiec. Co prawda produkt końcowy będzie droższy, ale musimy pamiętać, że jakość jest najważniejsza i klienci ją docenią.

Jakie masz plany na najbliższe miesiące?

Rozpoczynamy sezon targowy od targów Polagra-Tech w Poznaniu.

Do tej pory firma Sempre była kojarzona głównie z branżą lodową, skąd ta zmiana?

Chłonność rynku i apetyt na rozszerzanie asortymentu. W samej firmie zaszło wiele zmian, będzie nowa pracownia, nowe laboratorium, o jakim zawsze myślałem. Nowi ludzie. To zmiany, które były nieuniknione.

Czyli zmiany?

Dokładnie, dużo zmian i nowych kierunków działania.

Wracając do lodów, jakie są według Ciebie prognozy na kolejny sezon lodowy?

Lody rzemieślnicze, ich popularność rośnie z roku na rok. Klienci często zaskakują mnie tworzonymi przez siebie smakami. Lody z selera, papryki czy buraka – dlaczego nie! Fenomenem tych lodów jest to, że nie kupimy ich w zwykłym sklepie, a co ważniejsze ich jakość jest nieporównywalna. Wielu lodziarzy korzysta z techniki łączenia marek tzw. corssingu, lody KitKat czy Lion.

Lody naturalne przechodzą w Polsce renesans, na każdym kroku możemy zjeść te

własnoręcznie wykonane, fit, bezglutenowe. Uważam, że ten trend będzie się pogłębiał, a co za tym idzie – poprzeczka dla lodziarni będzie stawiana coraz wyżej. Firmy będą musiały się nagimnastykować, aby przyciągnąć klienta i zdobyć jego lojalność.

Brzmi groźnie.

Bo jest groźnie. Niewiele firm lodziarskich czy cukierniczych patrzy dalekosięźnie, niewiele firm przygląda się konkurencji, a co najważniejsze – nie uczymy się od siebie nawzajem. Nie inwestujemy w potencjał, jakim jest człowiek, zapominamy, że kluczem do sukcesu są ludzie, którzy sprzedadzą nasz produkt.

Lody wegańskie, lody bez laktozy, bez glutenu. Czy ma to jakiś sens?

Tak, do momentu kiedy mamy na nie klientów. Pamiętajmy o trendach niezwiązanych ściśle z lodami, a jednak w znaczącym stopniu oddziałujących na branżę: zdrowy sposób życia, bycie fit. Dlatego lody wegańskie, lody bez laktozy będą jeszcze długo cieszyły się popularnością. Klienci coraz częściej sięgają po produkty lepszej jakości i z wyższej półki cenowej. Dlatego tak ważna jest jakość, o której już mówiłem.

Czyli reasumując, mając lodziarnię czy cukiernię, powinniśmy bacznie obserwować rynek i szybko reagować na zachodzące na nim zmiany.

Dokładnie tak. Powinniśmy być elastyczni, ale także czujni i innowacyjni. ■