

# Ciechan nakarmi i rozleje bez procentów

**Marek Jakubiak** uczy się gastronomicznego biznesu. Do piw dołoży wodę i oranżady.

Właściciel pięciu regionalnych browarów zawiesił w centrum Warszawy szyld – Ciechan na Foksal. Restauracja z dyskoteką i piwnymi ogródkami ruszy w tym miesiącu.

– Dwie restauracje w Ciechanowie nauczyły nas skromności i pokory. To trudny kawałek chleba, ale piwo jest bezpośrednio połączone z rynkiem restauracyjnym, więc to naturalny ruch dla piwowara – mówi **Marek Jakubiak**, prezes **Browarów Regionalnych Jakubiak (BRJ)**.

Przyznaje, że sam nie będzie w stanie rozwinąć lokali w ogólnopolską sieć.

– W remont ostatniego lokalu zainwestowaliśmy 200 tys. zł.

Nie mamy jeszcze na tyle dopracowanego konceptu, żeby dokładnie określić, kiedy to się zwróci. Zbieramy więc doświadczenia, sprawdzamy, ile można zarobić, żeby móc zaproponować współpracę, czyli np. franczyzę – twierdzi Marek Jakubiak.

Jego zdaniem, lokale są świetnym miejscem kontaktu z klientami.

– Chcemy tu promować produkty i testować nowe, pokazać naszym klientom, jak wyglądamy i kim jesteśmy. Oczywiście nie zamierzamy do biznesu dokładać. Wyjście na zero w dwóch lokalach w Ciechanowie zajęło nam jednak lata – dodaje prezes.

Lokale z własnymi produktami nie są w branży spożywczej rzadkością. Tak robi Wawel. Jego władze podkreślają, że pijalnie czekolady, choć rentowne, są bardzo trudnym biznesem, którego nie zamierzają znacznie roz-

budowywać. Inaczej do sprawy podchodzi Lotte Wedel, który ma ambitne plany otwierania kolejnych placówek. Sieć alkoholową zaczął stawiać Akwawit-Polmos. Jego Ojczysta Czysta ma być nowym kanałem dystrybucji i odpowiedzią na kurczące się marże w handlu. Piwne lokale pod szyldem Piwiarnia Warka ma Grupa Żywiec. Rozwijają je jednak w systemie franczyzowym.

Kolejna restauracja Ciechana ma stanąć w Lwówku Śląskim, czyli tam, gdzie znajduje się jeden z browarów grupy.

– Chcemy brać aktywny udział w życiu miasta – zaznacza Marek Jakubiak.

Dwa lata temu testował Ogródki Piwne Ciechana. Po pierwszym, przy Pałacu Kultury i Nauki, nie pojawiły się kolejne.

– Nie rozwijaliśmy tego sami i na razie nie wracamy do tego pomysłu – mówi szef BRJ.

Spółka inwestuje przede wszystkim w dystrybucję. Niedawno kupiła centrum dystrybucyjne w Zgierzu, które rozbudowuje o kolejne magazyny. Razem z nim przejęła ujęcia wody, którą będzie rozlewać.

– Pracujemy nad wprowadzeniem napojów bezalkoholowych. Chcemy, by nawiązywały do naszej flagowej marki – być może będzie to więc np. Woda Ciechana. W tej części rynku spożywczego zadebiutujemy prawdopodobnie w przyszłym roku – mówi Marek Jakubiak.

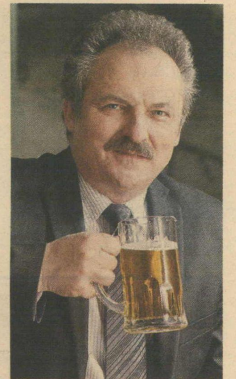
Według firmy badawczej Canadean, rynek wody butelkowanej pod względem wolumenu ma rosnąć o 3,5-3,9 proc. W 2018 r. pod względem spożycia pozwoli jej to przeskoczyć piwo.

Piotr Grauer, ekspert firmy doradczej KPMG, ostrzega, że woda i napoje to bardzo konkurencyjne segmenty z dużą liczbą graczy.

– Kluczowe pytanie brzmi: jaka jest siła marki i na ile dobrze zostanie wykorzystana? Emocje, które budzi u klientów piwnych, mogą zostać rozmyte przez poszerzenie jej o napoje bezalkoholowe. Natomiast zbyt słabe nawiązanie do brandu Ciechan uniemożliwi korzystanie z siły, którą marka już wypracowała – uważa Piotr Grauer.

Kolejna ważna, jego zdaniem, kwestia to stopień innowacyjności produktu.

– Ciechan zasłynął jako jeden z prekursorów w sektorze piw regionalnych, promujących produkt niestandardowy. Za napojami bezalkoholowymi też powinna pójść jakaś odmiennosc. Inaczej może okazać się, że już zbudowana dystrybucja i baza odbiorców to za mało, aby osiągnąć rynkowy sukces z nowymi kategoriami napojów – dodaje ekspert KPMG. [MICH]



► **SYNERGIE:** Piwo i napoje mają ten sam kanał dystrybucji, więc to dobry pomysł na poszerzenie portfolio – mówi **Marek Jakubiak**, prezes **Browarów Regionalnych Jakubiak**. [FOT. WM]