MONIKA SIECIŃSKA-JAWOROWSKA – WYBITNY AGROPRZEDSIĘBIORCA RP 2017

Suempol: tradycja – jakość – identyfikowalność

Rozmowa z Moniką Siecińską-Jaworowską, prezes firmy Suempol w Bielsku Podlaskim, nominatką do

tytułu Wybitny Agroprzedsiębiorca RP 2017

Pani Prezes, jakie były początki Suempolu?
- Nastał pamiętny rok 1989 i pojawiło się hasło „bierzcie sprawy w swoje ręce”. Mój tata był jednym z pierwszych na Podlasiu, którzy odważyli się spróbować to zawołanie wypełniać w praktyce. Kiedy rozeszło się, że oto ktoś założył firmę tu w Bielsku, daleko od morza, i bierze się za krewetkowy interes – nie brakowało sceptyków. Tymczasem tata wszedł w kontakt z Holendrem, który zlecił mu przetwórstwo krewetek importowanych z Belgii. Po obróbce miały one z powrotem trafiać na rynki: holenderski i belgijski, ba, nawet na belgijski Dwór Królewski. 500 kobiet z Bielska i okolicy znalazło wówczas pracę u nas! Dlaczego aż tyle? No bo obróbka krewetek wymagała przede wszystkim pracy ludzkich rąk, maszyny i inne techniczne udogodnienia w ogóle wówczas nie wchodziły w rachubę. Ten żmudny biznes krewetkowy prowadziliśmy do czasu, aż pojawił się w 1994 r. pomysł na łososia.

Skąd wziął się ten pomysł?
- Zdecydował przypadek. Znajomy wyznał nam, że pewna firma z Niemiec poszukuje kogoś, kto mógłby podjąć się produkcji łososia na rynek niemiecki. Z miejsca podchwyciliśmy temat, gdyż krewetkami byliśmy już nieco znużeni. Partner niemiecki zaproponował nam przejęcie jego parku maszynowego i części odbiorców łososia. Szybko dobiliśmy targu. W niespełna rok, dzięki ogromnemu zaangażowaniu taty, mieliśmy nasz zakład w pełni gotowy do podjęcia produkcji łososia. To było też duże osobiste wyzwanie dla mnie, gdyż – decyzją rodziny – byłam szykowana do objęcia steru rządów w naszej firmie, a tym samym zapewnienia tej szlachetnej rybie rynkowego prosperity, zaś wielu mieszkańcom Bielska zatrudnienie i godziwą zapłatę.

Poszło łatwo?
- O nie! Trzeba było wszystko budować niemal od zera: skompletować stosowną załogę, zagwarantować źródła zaopatrywania się w jak najlepszy surowiec, zapewnić rynki zbytu za granicą… Zanim wybraliśmy odpowiednich partnerów – przemierzyliśmy bez mała całą Norwegię. W poszukiwaniu łososia dotarliśmy też na Alaskę. Równolegle budowaliśmy sieć odbiorców na rynku niemieckim. Od początku swej przygody z łososiem staraliśmy się też maksymalnie budować i umacniać markę Suempol. Z perspektywy czasu – mogę zaświadczyć, że była to ogromna operacja, po drodze były, i sukcesy, i porażki, zdarzały się też chwile zwątpienia. Pamiętam w tym kontekście znamienne słowa św. p. biskupa drohiczyńskiego Władysława Jędruszuka, wypowiedziane do mojego ojca: „Prowadzenie zakładu to już nie tylko Twoja wola, ale i obowiązek wobec wielu ludzi, którym dajesz pracę”. Te słowa traktujemy jako swoiste motto dla Suempolu, naszej firmy rodzinnej, do której przysposabiany jest od dawna nasz 19-letni syn Maciej i w której – co stwierdzam z ogromną satysfakcją – pracuje aż 200 osób powiązanych ze sobą więzami rodzinnymi.

Dorobiliście się też ostatnio na wskroś nowoczesnego zakładu przetwórczego.
- To jest nasza duma. Produkcja w naszym zakładzie jest na bieżąco kontrolowana i sprawdzana w oparciu o system jakości HACCP. Dzięki temu konsumenci mogą mieć pewność, że nasze produkty zawsze są świeże i bezpieczne dla zdrowia. Pracujemy w oparciu o systemy jakości ISO 22000, 9001 oraz certyfikaty IFS, BIO, MSC, które świadczą o wysokiej klasie naszych produktów. Własny zakład w Norwegii pozwala nam na selekcję surowca już na etapie jego pozyskiwania, a specjalny system informatyczny- na monitorowanie całego procesu produkcji. Wielogodzinne dojrzewanie, suszenie i wędzenie ryb w bukowym dymie - sprawia, że zachowują one aromat i smak, a ich mięso jest wyjątkowo delikatne. Zatem nasz końcowy produkt, który trafia na stoły, jest najwyższej jakości.

Pani Prezes, dla Suempolu pierwszoplanowym rynkiem zbytu łososia pozostaje wciąż rynek niemiecki…
- Zgadza się. Wejście na kluczowe europejskie rynki - to była bardzo trudna praca, która jednak dała satysfakcjonujące efekty. Dzisiaj jesteśmy w stanie normalnie prowadzić tam biznes. Z naszych

doświadczeń wynika, że – taka jak nasza - innowacyjna polska firma, oferująca produkty odpowiednio wysokiej jakości, ma szansę zaistnieć na każdym światowym rynku. Dlatego aż 80 proc. naszej produkcji trafia na rynki Europy Zachodniej, w tym rynek niemiecki. Jako Suempol zajmujemy się bowiem specyficznym, do tego luksusowym wyrobem, który z natury rzeczy musi być droższy, a na to stać konsumenta bogatszego. Celowo więc skupiliśmy się na budowie i rozwoju naszej marki w zachodniej Europie, gdzie konsumpcja łososia jest znacząco większa niż w Polsce. Przy okazji dygresja – kiedy Polska wstępowała do Unii Europejskiej, prorokowano, że Niemcy nas wykupią. Tymczasem stało się odwrotnie, to my jako Suempol rozwijamy ofensywę handlową na rynku niemieckim czy francuskim. Mamy tam na koncie kilka przejęć zakładów przetwórczych, m.in. niemiecki Norfisk Berlin i francuski Marcel Baey. Oczywiście, poczynione przez nas akwizycje w tamtych krajach, związane są ze specyfiką naszego produktu. Na bazie przejętych spółek zamierzamy rozwijać i poszerzać gamę produktów, zwiększając tym samym swój udział na rynkach UE i pozyskując nowe rynki zagraniczne, w tym azjatycki czy USA.

A co z rynkiem polskim?
- Przywiązujemy do niego coraz większą wagę. Wartość rynku wędzonego łososia w Polsce szacuje się bowiem na ok. 400 mln zł. Jest to sektor perspektywiczny, lecz bardzo wymagający i zarazem podatny na wahania. Jeśli ceny światowe surowców będą utrzymywać się na umiarkowanym poziomie, to spożycie w Polsce będzie rosnąć. I przeciwnie - kiedy cena surowca zwyżkuje, popyt na łososia w Polsce spada. Nasze społeczeństwo staje się coraz bogatsze, to jest fakt niezaprzeczalny. Ale wciąż nie stać wielu ludzi w Polsce na produkty bardziej luksusowe w rodzaju łososia. Pocieszające jednak jest to, że świadomość polskich konsumentów - m.in. dzięki licznym kampaniom medialnym odnośnie potrzeby spożywania ryb z uwagi na ich walory prozdrowotne - systematycznie rośnie.

Rozmawiał: Leon Wawreniuk

(za AGRO 8/2017)