

Pavel Staněk: Cremesso hraje fair play, v Česku bude díky volnému prodeji kapslí posilovat

S KAPSLOVÝM SYSTÉMEM CREMESSO JSTE SE NA NAŠICH STRÁNKÁCH MOHLI SEZNÁMIT UŽ PŘED VÍCE NEŽ ROKEM. LONI NA PODZIM ALE JEHO DISTRIBUCI PŘEVZALA SPOLEČNOST POTTEN & PANNEN – STANĚK A ZAČALA INVESTOVAT NEMALÉ PROSTŘEDKY DO JEHO PROPAGACE. NYNÍ SE JIŽ CREMESSO PRODÁVÁ V NĚKTERÝCH ELEKTROŘETĚZCÍCH A U DALŠÍCH VYBRANÝCH PARTNERŮ. NOVOU STRATEGII I PLÁNY SE ZNAČKOU NÁM PŘEDSTAVIL SÁM PAVEL STANĚK, MAJITEL POTTEN & PANNEN.



Od našeho posledního rozhovoru uplynou letos na jaře dva roky. Přestože je dnešním hlavním tématem značka Cremesso a její kávovary, nemohu se nezeptat, co se za ty dva roky událo u Potten & Pannen?

Událo se toho samozřejmě dost. V první řadě musím určitě zmínit letošní dvacetileté výročí firmy na českém a slovenském trhu, což je na tuzemské poměry opravdu pěkné číslo. Během zmíněných posledních dvou let jsme otevřeli dvě nové prodejny. První z nich je Concept Store na pražském Újezdu, kde na plo-

še 360 m² prezentujeme a samozřejmě prodáváme ty nejlepší a nejkvalitnější produkty, které máme v nabídce. Druhá prodejna je na pražském ruzyňském letišti, kde jsme ve výběrovém řízení získali 60 m² komerčních prostor. Nemůžeme zde prodávat nože a celou řadu dalších výrobků, které je zakázáno brát na palubu letadel, nicméně zde mohou zákazníci koupit celou řadu dárkových předmětů, na český trh jsme zde uvedli např. prestižní francouzskou značku Lalique, kvalitní porcelán značky Rosenthal a jinou výbavu pro kuchyně a domácnosti.

Vaše společnost zastupuje na českém trhu švýcarskou značku Cremesso, která má v nabídce kapslový systém pro přípravu kávy. Tedy kávovary i kapsle. Můžete značku v krátkosti představit? Jak vznikla?

Cremesso je švýcarská značka, která své produkty, ať už kávovary či kapsle, vyrábí také ve Švýcarsku. Konkrétně u města Basel. Díky tomu je zajištěna maximální kvalita a spolehlivost všech

výrobků. Navíc za Cremessem nestojí žádný nováček, nýbrž největší švýcarská pražírna kávy, společnost Delica, s desítkami let praxe.

Systém pro přípravu kávy Cremesso vstoupil na český trh před více než rokem. Tehdy ho však měla v distribuci jiná společnost. Odkdy zastupujete značku vy? A co změna distribuce znamenala pro samotné Cremesso ve vztahu k českému trhu?

Výhradním zastoupením Cremesso jsme se stali 15. září loňského roku a naším hlavním cílem je nyní celou koncepci kapslového systému této značky řádně prezentovat českým a slovenským zákazníkům a partnerům. Pro první dva roky proto počítáme s masivní investicí do marketingu, jednak chceme organizovat předváděcí akce, kde se budou moci spotřebitelé s přednostmi systému Cremesso seznámit osobně, ale také budou probíhat různé reklamní kampaně. Například loni před Vánoce jsme měli v Praze velkou billboardovou kampaň, která výrazně podpořila prodej.



V České republice, ale i ve většině dalších zemí výrazně dominuje aktuálně jeden hráč v oblasti kapslových kávovarů. Jaké jsou vaše cíle s Cremessem v Česku? Na trhu je vzhledem k minimální konkurenci zatím velký prostor.

Prostor zde určitě je a máte pravdu, že ne malý. Momentálně chceme Cremesso prodávat u prověřených a pečlivě vybraných prodejců, kteří jsou schopni prodávat kvalitu a systém odpovídajícím způsobem představit. Nechceme, aby bylo Cremesso pouze oceněno, ale aby vynikla kvalita a výhody, které s sebou přináší.

Konkurence sází na klubový systém prodeje kávy. Jde Cremesso stejnou cestou? Nebo je káva v kapslích dostupná i v místech, kde se prodávají kávovary?

Mezi hlavní výhody Cremessa se řadí otevřenost a vstřícnost k partnerům, tedy prodejcům. My nechceme vytvořit síť prodejen prodávajících pouze samotné přístroje a posléze sami dodávat kávu. Což je mimochodem přesně to, co není naše přímá konkurence v současnosti schopna nabídnout, a proto je Cremesso pro všechny prodejce zajímavým hráčem. Lidé si u nás či našich partnerů koupí kávovar a poté se budou do dané prodejny znovu vracet, aby zde koupili i kávu. Podle některých studií se více než 70 % lidí do prodejny vrátí, to není malé číslo. My tomu říkáme „fair play“, protože naši prodejci mají podíl na zisku i z prodeje kapslí, což je, na rovinu, jádro tohoto byznysu. My na značně dotovaných kávovarech nemáme prak-

ticky zisk, a prodejem kávovaru se tedy teprve otvírají dveře ke skutečnému obchodu. Je to vlastně podobné jako s mobilními telefony, kde vám operátor dá mobil za korunu, pokud se zavážete, že budete využívat jeho služby.

Ještě bych rád dodal, že bez ohledu na značku a kapslový systém připadá na jeden kávovar průměrná spotřeba 600 kapslí za rok. Na tom je, myslím, jasné vidět, proč začaly Cremesso velice rychle prodávat i řetězce jako Datart či Kika. Uvědomují si, že tím nejdůležitějším je dnes dostat zákazníka k sobě do obchodu. A kávové kapsle Cremesso jsou určitě jedním z dobrých způsobů.

Lze kapsle koupit také v některých prodejnách potravin či supermarketech?

Momentálně nikoliv, kapsle prodávají zatím vybraní prodejci, kteří nabízejí i kávovary. My se vstupu do kvalitních a také pečlivě vybraných supermarketů vyloženě nebráníme, nicméně to není na pořadu dne.

V čem tkví unikátnost systému Cremesso? Proč by měl zákazník zvolit právě ten? Respektive jak má prodejce argumentovat při prodeji a na čem založit prezentaci přístrojů a kávy?

Když pomenu již zmíněnou otevřenost, tedy možnost koupit kapsle v místě, kde jsem pořídil i kávovar, má Cremesso vysoce kvalitní přístroje i kávu. V případě techniky pro přípravu kávy to jsou

zařízení s velice rychlým startem a spotřebou ve stand-by módu neuvěřitelných 0,3 W/h. Nebudu přehánět, když řeknu, že jsou ve své kategorii nejrychlejšími a nejušpornějšími na trhu. A ještě k zmíněné rychlosti nahřátí. Já sám doma Cremesso samozřejmě mám a kávovar je schopen přípravy nápoje už 15 vteřin po zapnutí. Všechny modely také pracují s tlakem 19 barů a káva jimi připravená je stejně kvalitní jako z profi přístrojů, které používají baristé v restauracích. Mimochodem i díky této „vyčytávce“ vám Cremesso připraví i čaj, a jde o pravý čaj, žádná instantní náhražky. Momentálně máme v sortimentu 8 druhů kávy a dva čaje.

Ke kapslím bych rád poznamenal, že cenově jedna vychází na 8 Kč, takže jsme o zhruba 20 % levnější než naše přímá konkurence. Díky platným a velmi dobře formulovaným patentům momentálně ani nehrozí, že by mohl někdo pro náš systém začít vyrábět alternativní kapsle. Obzvláště když originál kapsle Cremesso stojí oněch 8 Kč.

Plánuje značka nějaké zajímavé novinky? Ať už v oblasti kávovarů či kávy?

Ano, jistě. Už v dubnu budou na trh uvedeny nové modely kávovarů Cremesso, které rozšíří i naši produktovou nabídku. Co se týče nabídky kávy, vytvořilo Cremesso projekt „World Tour“, v němž několikrát do roka nabízí limitované edice kávy ze zvlášť vybraných kávových plantáží. Na sklonku loňského roku to byla „República Dominicana“, na jaře nás čeká „Tanzania“. Když už jsme u kávy, káva Cremesso je certifikována asociací UTZ, což znamená, že byla vypěstována šetrně k přírodě a s důrazem na společenskou zodpovědnost vůči lidem, kteří se na jejím pěstování podílejí. Z kódu každého balení kávy Cremesso můžete na internetu vysledovat, z jakých konkrétních plantáží právě vaše káva pochází.

