

Mesange Fromagerie - un atlas al brânzeturilor, creat cu 0,2 mil. euro

14 Jan 2019 | de Alina Stan



[1]



[2]



[3]



[4]



[5]



[6]



[7]



[8]



[9]

Dacă din punctul de vedere al experienței profesionale, Alexandru Pițigoi a simțit până acum doar gustul antreprenoriatului, fondatorul Mesange Fromagerie, primul magazin specializat de brânzeturi din București, este în schimb un fin cunoscător și degustător de astfel de produse. În urmă cu un an, pasiunea pentru brânzeturi l-a determinat să deschidă locația din zona bucureșteană Dorobanți, acolo unde clienții pot descoperi un atlas de gusturi din aproape toate colțurile lumii.

După ce a debutat în antreprenoriat cu un business în domeniul auto și, în paralel, a practicat automobilism participând la raliuri, Alexandru Pițigoi a apăsat pedala de accelerație spre un domeniu total diferit, dar în care a investit la fel de multă pasiune. Întors din Africa, unde a locuit o perioadă, el a deschis anul trecut, în luna august, primul magazin de brânzeturi fine din București, denumit Mesange Fromagerie.

„Fiind un foarte mare amator de brânzeturi bune, tot ce vindem aici sunt doar brânzeturi autentice, preparate de producători mici, de exemplu ferme sau cooperative. Nu este nimic industrial. Laptele provine de la animale care pasc pe pășune, în mediu liber, fiind prelucrat de oameni care respectă rețetele tradiționale. De-a lungul timpului, am tot studiat pentru mine acest domeniu, am călătorit mult și am urmat cursuri de specializare în Franța”, povestește proprietarul Mesange Fromagerie.

Ideea acestei afaceri a plecat de la o nevoie personală, în condițiile în care Alexandru nu găsea o ofertă suficient de diversificată de brânzeturi în retailul bucureștean. „M-am gândit că piața nu este una foarte populată, sunt comercianți care aduc 5-6 brânzeturi, alții care listează 3-4 brânzeturi, dar un magazin de profil cu astfel de produse nu exista”, spune fondatorul, care a început astfel să caute un amplasament pentru viitorul magazin. A știut de la bun început că zona Dorobanți este locul perfect pentru un astfel de business. „Vorbim despre niște produse care se adresează nu neapărat unui segment high-end de public, ci unor

oameni care au venituri medii sau peste medie și, mai ales, unor oameni care au călătorit prin lume, sunt deschiși și apreciază lucrurile de calitate”, argumentează Alexandru.

Detaliile unui business aparent simplu

Inspirația pentru designul magazinului i-a venit dintr-un mix de locuri vizitate de-a lungul timpului. Chiar dacă numele locației este unul care te duce cu gândul la Franța, proprietarul susține că nu a intenționat să fie un magazin cu specific franțuzesc. „Este un concept pe care nu îl întâlnești foarte des nici în Franța, ei fiind destul de tradiționaliști în ceea ce privește brânzeturile. Am vrut ca oamenii să poată încerca produsele din magazinul meu, să aibă acces la o selecție de brânzeturi și să poată alege ceea ce le place”, spune antreprenorul.

Pentru amenajarea celor aproximativ 80 de metri pătrați ocupați de Mesange Fromagerie pe strada Intrarea Tudor Ștefan din Capitală, Alexandru a lucrat cu firma de arhitectură Beros și Abdul, proiectul fiind finalizat în decurs de șase luni. Au urmat apoi încă 4-5 luni de pregătire a listei de furnizori și a sortimentației, timp în care o parte dintre angajați au urmat cursuri de specializare în Franța. „Aparent, totul pare simplu deoarece vorbim despre un produs de bază, dar nu este chiar așa. Sunt foarte multe tipuri de brânză, trebuie să știi ce să îi spui clientului, dar și cum să păstrezi produsul în magazin. Brânza este un produs viu. În total avem cinci angajați full-time și alți doi angajați part-time”, declară Alexandru.

Peste 90 de feluri de brânzeturi, oricând în magazin

Sortimentația permanentă cuprinde în jur de 90 de sortimente de brânzeturi, dintre care în mod constant se regăsesc 40-50 de tipuri. Majoritatea provin din Franța, Olanda, Italia, Spania, Elveția sau Marea Britanie. Printre cele mai populare brânzeturi se numără soiurile cunoscute precum gorgonzola, comte sau parmigiano reggiano, acestea înregistrând și cele mai mari vânzări. Clienții pot achiziționa din magazin și produse complementare – vinuri sau dulcețuri.

Chiar dacă are în vedere o posibilă colaborare cu producători români de brânzeturi, Alexandru nu crede că acest plan se va concretiza prea curând. „Vreau să aduc în piață, în primul rând, produse care nu există acum în retail. Asta nu înseamnă că nu îmi plac brânzeturile românești, dimpotrivă. Cunosc câțiva producători locali, însă deocamdată mai

avem multe de adus din afară din ceea ce nu este cunoscut la noi. Este un mod mai provocator de a te diferenția pe piață”, susține proprietarul Mesange Fromagerie.

Antreprenorul a intrat în contact cu producători din toate colțurile lumii participând la târguri de profil, printr-o rețea de specialiști sau affineuri (cei care caută și selectează producătorii, respectiv maturează brânza) și chiar din călătoriile personale. „Provocarea este de a aduce aceste brânzeturi la raft, am găsit un producător în America și tot mă gândesc de jumătate de an cum aş putea să le aduc în România. De asemenea, am găsit un producător în Australia”, mai menționează Alexandru Pițigoi.

Profitul vine în timp

Cât despre investiții, lansarea Mesange Fromagerie a presupus un buget de 200.000 de euro, sumă pe care Alexandru Pițigoi a acoperit-o din fonduri proprii. În schimb, când vine vorba de recuperarea banilor investiți, proprietarul fromageriei se delimitează de „mentalitatea comerciantului de la începutul anilor ‘90”. „Este foarte greu de estimat când voi recupera această investiție, eu nu privesc lucrurile așa, mi se pare greșit. Privesc totul ca pe o investiție. Părerea mea este că orice business cu un randament anual de peste 10% este foarte interesant. Asta înseamnă că îți recuperezi investiția în 10 ani. Noi am avut luni în care am fost peste break-even, dar au fost și luni (spre exemplu, în august am avut magazinul închis timp de trei săptămâni) în care lucrurile nu au mers bine, pentru că acesta nu este un business de vară. Nu există soluții, deoarece sezonalitatea e independentă de controlul nostru. Iulie este o lună foarte slabă, august este o lună moartă, iar decembrie este de departe cea mai bună lună din an”, explică Alexandru.

Întrucât a realizat repede că businessul este mult prea nișat, proprietarul Mesange Fromagerie a decis să împartă spațiul în două zone – servire directă și bistro, astfel încât clienții să poată testa cât mai multe dintre sortimentele de brânză din magazin. „Sunt foarte mulți clienți cărora le plac brânzeturile, dar nu știu multe lucruri despre ele. M-am dus spre un meniu de tip bistro și am făcut niște sendvișuri și salate pe bază de brânzeturi. Jonglăm cu preparatele pentru a atrage clienții, indiferent de sezon. Clienții comandă fondue, raclette sau paste cu brânzeturi în mod frecvent”, spune antreprenorul. Interesant este faptul că, lună de lună, ponderea bistro-ului în total business este egală cu cea

a magazinului. În medie, valoarea bonului de casă este de 120 de lei.

„Avem zile cu o medie de 50 de bonuri pe zi, dar avem și săptămâni cu maxim 40 de bonuri pe zi. De departe, în weekend este cel mai aglomerat, vineri și sâmbătă”, mai detaliază Alexandru.

Întrebat despre planurile de dezvoltare a businessului, acesta afirmă că 2019 va fi un an al consolidării. „Subiectul acesta al dezvoltării mi se pare foarte sensibil, se poate întoarce împotriva ta. Indiferent că ai o brutărie sau o farmacie, primordial este să consolidezi ceea ce ai: să îți dezvolti o bază solidă de clienți pe care să o crești, să aduci produse noi și abia apoi să te extinzi. Noi încă atragem clienți noi, ar fi prematură o extindere”, conchide proprietarul Mesange Fromagerie.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/mesange-fromagerie-un-atlas-al-branzeturilor-creat-cu-02-mil-euro>

Legături

[1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/228-mag-spec-mesange-fromagerie-01.jpg>

[2] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228-mag-spec-mesange-fromagerie-02.jpg>

[3] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228-mag-spec-mesange-fromagerie-03.jpg>

[4] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228-mag-spec-mesange-fromagerie-04.jpg>

[5] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228-mag-spec-mesange-fromagerie-05.jpg>

[6] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228-mag-spec-mesange-fromagerie-06.jpg>

[7] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228-mag-spec-mesange-fromagerie-07.jpg>

[8] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228-mag-spec-mesange-fromagerie-08.jpg>

[9] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/228->

mag-spec-mesange-fromagerie-09.jpg