**Roman Siutkowski z NutritionPro: *Rynek diet pudełkowych w Polsce wciąż daje duże pole do manewru i przyciąga zagranicznych inwestorów***

**Chociaż dla popularnej w Polsce branży cateringów dietetycznych ostatnie lata były łaskawsze niż dla reszty gastronomii, to wysoka inflacja, wzrost cen żywności, energii i zaburzenia łańcuchów dostaw i silna konkurencja nie oszczędziły wielu zwłaszcza mniejszych biznesów. Dlaczego kolejne firmy decydują się wejść na ten rynek i na co mogą na nim liczyć? O potencjale nowych podmiotów w branży mówi Roman Siutkowski, dyrektor operacyjny czeskiej firmy cateringowej NutritionPro, od niedawna działającej w Polsce.**

**Czas i środki na rozwój**

Chociaż rynek cateringowy mocno odczuł skutki kryzysu gospodarczego, to w przeciwieństwie do innych sektorów HoReCa tendencja jest na nim cały czas wzrostowa. Nowi gracze mimo wyzwań związanych z wejściem w tak konkurencyjny segment dostrzegają w nim duże możliwości. – *Według naszych szacunków w kraju o 38 milionach mieszkańców codziennie dostarczanych jest ok. 150 tys. paczek. Jest zatem wciąż duże pole do manewru* – mówi Roman Siutkowski, dyrektor operacyjny NutritionPro, działającej w Czechach, Niemczech i teraz w Polsce.

Jak tłumaczy przedstawiciel marki, wiele firm na rynku gra wyłącznie ceną. Wszelkie ekonomiczne dołki natychmiast się więc odbijają - najpierw na klientach przez spadek jakości, zaraz potem na samych firmach przez spadek liczby klientów. – *Pod tym względem zdecydowanym atutem NutritionPro jest struktura finansowania oparta na**funduszach inwestycyjnych, która gwarantuje czas oraz środki niezbędne na rozwój. Ich brak często nie pozwala swobodnie funkcjonować, zwłaszcza na początku, małym prywatnym przedsiębiorstwom. My natomiast mamy dużą elastyczność i możliwość skoncentrowania się na rozwijaniu wartościowej oferty, podnoszeniu jakości i budowaniu zaufania klientów* – wyjaśnia.

Jako kolejny argument za wejściem do Polski wskazuje doświadczenie. – *Mamy doświadczenie po pierwsze zdobywane bezpośrednio na rynkach czeskim i niemieckim, a po drugie to, które ma za sobą rynek polski. Nie popełnimy już błędów, na który się uczył. Takie zaplecze może zabezpieczać efektywne wejście do segmentu, a nawet stać się źródłem przewagi, pod warunkiem, że z tych lekcji umie się wyciągnąć odpowiednie wnioski* – dodaje Siutkowski, który nota bene przez blisko pięć lat pracował jako dyrektor generalny w jednej z wiodących firm cateringowych w Polsce.

**Miejsce na rewolucje jest**

Za swoją misję na polskim rynku NutritionPro obrało zrewolucjonizowanie średniego segmentu cenowego branży w zakresie jakości posiłków, wskazując na szereg niezaspokojonych przez rynek potrzeb. – *Wystarczy spojrzeć na przykład diet specjalistycznych. Niby na rynku jest ich dużo, ale po analizie okazuje się, że to powtarzające się posiłki krążące pod innymi etykietami, tymczasem tysiące osób potrzebuje żywienia z prawdziwego zdarzenia. Sam jako pacjent bariatryczny jestem tego przykładem* – mówi Roman Siutkowski, który kompleksowo nadzoruje proces przygotowywania posiłków w NutritionPro. – *Profesjonalne żywienie zarządzane w wygodny sposób to cel, do którego od początku sukcesywnie dążymy. Potwierdzają to wysokie realne oceny dań wystawiane przez klientów, a także średnia długość zamówienia, imponująca nawet dla osoby z wieloletnim doświadczeniem w branży*.

Miejsce na zmiany i wyróżnienie się na rynku NutritionPro widzi także w kilku innych obszarach. Jak tłumaczy dyrektor operacyjny, wiele niezadowolenia klientów i negatywnych komentarzy dotyczy dowożenia posiłków: – *Forma dostawy diet pudełkowych w Polsce nie cieszy się dobrą opinią, a jednocześnie bardzo mocno determinuje myślenie o całej usłudze cateringowej.* *To pole do prawdziwej rewolucji.*Oprócz tego zagraniczny inwestor, którego marka narodziła się w startupowym środowisku technologicznym, to potencjalnie atrakcyjny pracodawca. – *Możliwość pracowania i uczenia się w międzynarodowym zespole, codziennego szlifowania języka i wymiany pomysłów z ludźmi z innych kultur, o innym spojrzeniu na branżę to atrakcyjna rzadkość w tym segmencie. Stwarza to z jednej strony przyjazne i motywujące środowisko pracy, a z drugiej warunki sprzyjające kreatywnemu myśleniu i biznesowej oryginalności. Taki duet na pewno ma szansę wnieść świeżość na polski rynek cateringowy* – puentuje Siutkowski.

\*\*\*

NutritionPro to założona w 2019 roku w Czechach firma, zajmująca się opracowywaniem, przyrządzaniem i dostarczaniem klientom diet pudełkowych. Po sukcesie lokalnym marka rozwinęła swoją działalność o dwa kolejne rynki, niemiecki i polski. Misją marki jest powrót do korzeni dietetyki i zapewnianie najwyższej jakości posiłków zgodnych z wytycznymi międzynarodowych instytucji w zakresie odżywiania.