**Nowy gracz na franczyzowym rynku**

**W Krakowie chodzi się na Frytki Belgijskie. Jednak twórcy marki - Mateusz Szpak i Łukasz Wilk - chcą, by mieli szanse spróbować ich także mieszkańcy innych miast w Polsce. Dlatego rozkręcają franczyzowy biznes i szukają partnerów w różnych regionach kraju. Są już chętni w Warszawie, Wrocławiu i Katowicach.**

Firma istnieje na polskim rynku od 5 lat. Pierwszy punkt uruchomiła w grudniu 2013 roku przy ul. Wawrzyńca w Krakowie i nikt wtedy nie przypuszczał, że stanie się on miejscem kultowym.

*- Znajomi pukali się wtedy w głowę. Koniec roku, ciemno, zimno, pogoda parszywa, ale nie poddaliśmy się. Rozgrzaliśmy frytownicę do czerwoności, a tłumy, jakie się do nas ustawiły były przerażające - wspomina początki* ***Mateusz Szpak, jeden z współtwórców marki.***

Firma zaczęła serwować frytki jakich do tej pory w Polsce nie było, których nie dało się pomylić z innymi.

*- Mieliśmy misję -* ***przyznaje Łukasz Wilk, drugi współwłaściciel.*** *- Chcieliśmy przybliżyć mieszkańcom Krakowa smak prawdziwych frytek, robionych z belgijskich ziemniaków, według tradycyjnej receptury, na świeżym tłuszczu wołowym, smażonych w dwóch temperaturach, krojonych grubo i od serca. Wzorując się na nowojorskich ulicach, zamierzaliśmy zrobić najlepszy street food na świecie, gdzie prostota jedzenia łączy się z „uzależniającym” smakiem, który jest jak petarda. Plan nadal jest aktualny.*

Dzisiaj, żeby na Wawrzyńca zjeść frytki trzeba odstać swoje w długim ogonku, a laurki klientów, takie jak ta z Google: „Frytki smakowo dorównują legendarnym belgijskim z La Maison Antoine. Kto jadł prawdziwe doceni :) - są na porządku dziennym. Posypały się też nagrody: w 2016 roku za najlepszy foodtruck pod Wawelem, dwukrotne zwycięstwo w internetowym plebiscycie „Zawstydź Obwarzanka” (2015, 2016), laury od czytelników „Dziennika Polskiego” w plebiscycie „Smaki Krakowa”. Z czasem „Frytki Belgijskie” stały się miejscem, do którego nie tylko przychodzi się dobrze zjeść, ale też spotkać się za znajomymi, pogadać w nieskrępowanej atmosferze, poopalać się na leżaczku.

Przez pięć lat w stolicy Małopolski powstało siedem lokali. Dwa z nich założyli Sylwia i Jakub Poradzisz. Pierwszy otworzyli przy ul. Niemcewicza w kwietniu 2017 roku.

*- Przed podjęciem decyzji kilka tygodni zastanawialiśmy się, analizowaliśmy, szacowaliśmy. Obserwowaliśmy też naszych przyszłych partnerów. Widzieliśmy, że nie oszczędzają na jakości, a obsługa jest na wysokim poziomie, że nie chodzi tylko o zysk, ale przede wszystkim o uczciwy produkt. -* ***Sylwia Poradzisz*** *jest mikrobiologiem. Kwestia jakości jedzenia jest więc dla niej pierwszorzędna. - Pracy było dużo, nerwów trochę też. Do znudzenia dzwoniliśmy do franczyzodawców z tymi samymi pytaniami. Zawsze dostawaliśmy wyczerpującą odpowiedź i pomoc.*

Pierwsza inwestycja kosztowała małżeństwo ok. 100 tys. złotych (wliczając w to 19 tys. wstępnej opłaty franczyzowej). Firma stara się zapewnić partnerom jak największą elastyczność finansową. Klient ma do wyboru kilka opcji - zarówno, jeśli chodzi o rodzaj punktu jak i formy płatności. Poradziszowie wybrali wariant progów procentowych, których wysokość zależy od uzyskanego w miesiącu obrotu. Ta opcja sprawia, że w słabszych, zimowych miesiącach opłata franczyzowa jest zminimalizowana, co jest bardzo korzystne finansowo dla nowego lokalu, dopiero budującego swoją historię i renomę. Sylwia i Kuba uzyskują regularny zysk i już w najbliższych miesiącach poniesiona inwestycja powinna się zwrócić. Po niecałym roku zdecydowali się więc na otwarcie drugiego punktu w popularnym streetfood parku „Dworek” przy ul. Pawiej 30 w Krakowie. Sprzedaż ruszyła w lutym.

*- Za drugim razem było o wiele łatwiej i spokojniej - przyznaje Sylwia. - Wybraliśmy lokalizację, a po kilku tygodniach dostaliśmy klucze do urządzonego lokalu.*

Na tym - między innymi - polega odmienność franczyzowego pomysłu Frytek Belgijskich w Krakowie i jego przewaga nad innymi - jak najmniej angażować w przygotowania franczyzobiorców.

*- Oczywiście trzeba wspólnie określić cel, przybliżyć szczegóły biznesowego konceptu, ale nasi partnerzy nie muszą wszystkiego robić sami - wyjaśnia Mateusz Szpak. - Bierzemy na siebie załatwianie projektów, pozwoleń, negocjacje z sanepidem i innymi instytucjami. Budujemy kontener, wyposażamy go, serwisujemy urządzenia, dbamy o branding. Po naszej stronie leży również kwestia dostaw produktów. Franczyzobiorcy przychodzą, kiedy lokal stoi na wybranym miejscu gotowy do użytku i tylko czeka na rozwinięcie markizy i rozgrzanie frytownicy.*

Potem na scenę wchodzi „opening team” czyli grupa najlepszych frytkarzy, którzy uczą nowych kolegów po fachu przygotowywania frytek oraz zasad obsługi. Są do dyspozycji przez cały ustalony w umowie czas. Rozwiązują na bieżąco problemy i odpowiadają na najdziwniejsze pytania. W tym momencie duże zaangażowanie franczyzobiorcy jest już niezbędne i wskazane. Sylwia Poradzisz wspomina, że szkolenie na temat tłuszczu i smażenia było bardzo szczegółowe, ale nie pozostawiało żadnych wątpliwości. Po roku działalności wie na ten temat naprawdę dużo. Dlatego już całkiem na spokojnie planuje wraz z mężem w najbliższych miesiącach otwarcie trzeciego punktu w Krakowie.