

Szanghajska przygoda właścicielek Pierogi Ladies

19 lutego 2021

Polski biznes w Chinach.



– Dzisiaj nauczymy się jak robić tradycyjne pierogi – mówi po angielsku Małgorzata Modlińska podczas warsztatów kulinarnych, w których biorą udział ludzie z różnych stron świata. Tuż obok Chinka, jej pracowniczka, umiejętnie dodaje wodę do mąki i zagniata ciasto. Oto miłośnicy dobrego jedzenia poznają tajemnice kuchni w Pierogi Ladies 2.0, polskiej restauracji w Szanghaju.

– Wcześniej nie było polskiej restauracji w Szanghaju, ani polskiego jedzenia, tego po prostu brakowało – opowiada Joanna Boczek, która wraz z Modlińską, wpadła na pomysł otwarcia restauracji z kuchnią znad Wisły i Odry. Zawsze pracowałam w gastronomii, Gosia miała zaplecze bardziej marketingowe, także wspólnymi siłami udało nam się zacząć – dodaje.

Początek biznesu

Na początku w 2016 roku sprzedaż pierogów była dla Polek zajęciem dodatkowym. Jedna była menedżerką baru, druga nauczycielką angielskiego. W weekendy brały udział w różnych targach pop-up, gdzie miały swoje stoisko z pierogami. Zawsze przy nim ustawiała się długa kolejka. Widząc tak pozytywną reakcję rynku, rok później, Pierogi Ladies znalazły swoją pierwszą stałą lokalizację przy ulicy Jiaozhou. Po kilku kolejnych zmianach, we wrześniu 2018 roku, na tej samej ulicy, Pierogi Ladies 2.0 oficjalnie otworzyły swoje drzwi dla klientów spragnionych polskich smaków.

Jiaozhou to tradycyjna szanghajska uliczka z niskimi dachami i domami mieszkalnymi. Reklamowy znak zawierający symbol polskiego pierożka zaprasza klientów w głąb uliczki, by otworzyć ciężkie drewniane ozdobne drzwi. Wchodzi się do jasnego lokalu, z przeszklonym sufitem, stolikami, krzesłami, półkami z książkami. Ścianę przykrywa rysunek mapy świata, na którym zaznaczono różnego rodzaju pierożki charakterystyczne dla danego regionu. Bo przecież ciasto z farszem nie jest wyłącznie znane w Polsce czy w Chinach. Na końcu regał z kolorowymi butelkami z alkoholem, gdyż gdy zapadnie noc restauracja zamienia się w bar, gdzie dominuje dynamiczna muzyka, kolorowe drinki, a klienci mogą nawet pohańcować się na krzesłach.

Pierogi Ladies 2.0 została zbudowana od podstaw – mówi Małgorzata. Kiedy przyszedł do tego miejsca ponad dwa lata temu, był to po prostu stary sklep w zaułku. Przestrzeń wymagała kompleksowego remontu. Dwa miesiące trwały prace by lokal łączył w sobie tradycyjne polskie i chińskie cechy z nowoczesną atmosferą.

Kryzys epidemiczny

16 stycznia 2020 roku w Szanghaju stwierdzono pierwszy przypadek zarażenia koronawirusem. Od tamtej pory liczba potwierdzonych przypadków stale rosła, w związku z czym branża gastronomiczna ogłosiła tymczasowe zamknięcie. Był spadek klientów, dużo ludzi wyjechało, inni przez długi czas bali się wychodzić z domu – wspomina Joanna. – Byłyśmy zamknięte przez cały miesiąc.

W lutym rząd lokalny zachęcał wszystkie rodzaje podmiotów rynkowych do obniżania lub rezygnacji z czynszów dla najemców działających fizycznie. – Na szczęście nasi landlordzi obniżyli nam bardzo czynsz, więc nie musiałyśmy praktycznie płacić za ten miesiąc, było nam przez to łatwiej wydostawać się z tego problemu – mówi Joanna.

Po ponownym otwarciu restauracji, Małgorzata, odpowiedzialna za marketing i promocję, zorganizowała wiele warsztatów w tym z lepienia pierogów i kiszenia warzyw, imprezę wymiany ubrań czy bezpłatne zajęcia z rękodzieła. Jak wspomina lekcje kulinarne cieszyły się dużą popularnością, ich uczestnicy w ciągu dwóch godzin uczą się robić chińskie i polskie pierogi. – Tutaj, w Szanghaju, jest bardzo wysoka konkurencja, więc to motywuje każdego, żeby starać się jak najlepiej, żeby mieć najlepsze pomysły – podkreśla Małgorzata.

Ponadto, restauracja Pierogi Ladies 2.0 wzięła udział w „China Restaurant Week”, wydarzeniu organizowanym przez platformę gastronomiczną, oferując na tę okazję specjalne menu, które przyciągnęło wiele osób. – Nie jadłem wcześniej polskiego jedzenia. To bardzo nowe doznanie – stwierdza Chen, Chińczyk który wziął udział w tej imprezie. Jak przyznaje, zarówno jego jak i jego dziewczynę zaskoczył smak pierogów ze słodkim nadzieniem. Podkreślił też ciepłą atmosferę jaka panuje w restauracji. Wystrój jest bardzo unikatowy – oceniają.

Możliwości i konkurencja

Pomimo ostrej konkurencji i wysokich kosztów towarów w Szanghaju, nie wpłynęło to na zaangażowanie Polek, które optymistycznie odnoszą się do chińskiego rynku. Joanna, której rodzice prowadzą również restaurację w Polsce, widzi różnicę w prowadzeniu biznesu. – Dostęp do aplikacji, które są popularne w Chinach, jak Wechat i Alipay, ułatwia nam komunikację, postowanie, marketing. Moim zdaniem szybciej się dociera do swoich klientów niż w Polsce – zaznacza Joanna.

Rozwinięta branża dostaw żywności i stosunkowo niskie koszty transportu w Chinach ułatwiły również prowadzenie biznesu, a różne platformy na wynos, takie jak Eleme i Meituan, umożliwiają konsumentom poznanie nowych smaków bez wychodzenia z domu. – W Europie widzę, że to dopiero się pojawia – mówi Małgorzata. – Ale ludzie cały czas narzekają, że dostawcy są

za drodzy, ale tutaj od dawna jest to normą.

– Jesteśmy więcej niż tylko restauracją, ponieważ mamy produkcję, jesteśmy marką – wyjaśnia Małgorzata. Obecnie Polki chcą dalej promować markę Pierogi Ladies. Oprócz wprowadzenia na rynek swoich różnych gadżetów, takich jak fartuchy, plecaki i poduszki, współpracują także z fabryką w Ningbo, aby produkować pierogi i sprzedawać je w innych miastach w Chinach poprzez sprzedaż internetową.

Partnerstwo i rodzina

Pozornie tradycyjna branża gastronomiczna stoi obecnie przed szansami i wyzwaniami, jakie niesie ze sobą era Internetu i skutki epidemii. Jednocześnie inne niż w Europie środowisko biznesowe oraz duża konkurencja w Szanghaju to test zdolność Pierogi Ladies 2.0 do przetrwania. Współpraca i wprowadzenie zmian jest ich odpowiedzią na tę sytuację. – Na pewno nie byłabym stanie otworzyć sama takiej restauracji, ale wspólnymi siłami udało nam się to zrobić. Uzupełniamy się wiedzą i zdolnościami, które nam pomogły stworzyć naszą markę, także jesteśmy nieodłącznym elementem – podkreśla Joanna. – Asia jest bardzo rzetelną osobą. Wiem, że zawsze mogę polegać na niej – dodaje Małgorzata.

– Na pewno chcę, żeby biznes tutaj jeszcze się rozrastał, żeby ten biznes został w Szanghaju – zaznacza Małgorzata. Spoglądając wstecz na swoje doświadczenia w tym mieście w ciągu ostatnich kilku lat, współwłaścicielka restauracji przyznaje, że dopiero po przyjeździe do Chin naprawdę dojrzała. – To niesamowita szkoła życia, która naprawdę pozwoliła mi się rozwinąć, dorosnąć i zawodowo, i psychicznie, i emocjonalnie, więc na różnych płaszczyznach – wyznaje.

Joanna poznała swojego męża Hiszpana, który również zajmuje się gastronomią w Szanghaju, a ich dziecko urodzi się tutaj w przyszłym roku. – Szanghaj jest bardzo drogi, jest chyba jednym z najdroższych miast na świecie. Ale dzięki temu jest

też dużo możliwości, co na pewno przyniesie językowy rozwój dla małego – twierdzi Joanna. – Chciałabym, żeby się uczył chińskiego, także na pewno będzie fajnie tutaj zacząć. No i takie międzynarodowe towarzystwo, na pewno jest dobre – dodaje.

Autorstwo: Zhang Shuo

Źródło: Trybuna.info