

## **B. Apanowicz, Pamso: W branży mięsnej kluczowa jest stabilna i powtarzalna jakość produktów**

data aktualizacji: 2019.03.14



**Zakłady Mięsne Pamso z Pabianic otworzyły swój 49. sklep firmowy. Sieć utrwała wizerunek premium, bazując z jednej strony na ponad 100-letniej tradycji, z drugiej - na nowoczesnej ofercie produktowej. Pamso przyciąga klientów także stylowym wystrojem sklepów, docenionym podczas IV Kongresu Mięsnego. Placówka Pamso przy ul. Dereniowej w Warszawie wygrała w plebiscycie na najlepsze stoisko mięsno-wędliniarskie.**

Zakłady Mięsne Pamso są obecne na rynku od 1916 r. Firma zatrudnia dziś ponad 650 osób, z czego 40 proc. to pracownicy sklepów firmowych. Produkcja odbywa się w zakładzie w Pabianicach. Sieć detaliczna liczy 49 sklepów firmowych, przy czym Pamso stosuje mieszany model dystrybucji, sprzedając swoje wyroby także do sklepów z zewnętrznej sieci partnerskiej.

Sklep firmowy Pamso w Warszawie, zlokalizowany przy ul. Dereniowej, został laureatem

tegorocznego plebiscytu Wiadomości Handlowych na najlepsze stoisko mięsno-wędliniarskie, w kategorii „specjalistyczne sklepy mięsne”.

Wystrój sklepów firmowych Pamso nawiązuje do ponad 100-letniej tradycji marki i utrzymany jest w kojarzącej się z Łodzią estetyce industrialnej – we wnętrzach eksponowane są fragmenty instalacji przemysłowych, surowe ściany, elementy konstrukcji budynków, także wystrój poszczególnych działów wykonany jest z wykorzystaniem kątowników stalowych i imitacji surowego drewna. Całość oświetlana jest lampami przypominającymi gazowe.

W najbliższych latach Pamso będzie się koncentrować na utrwalaniu wizerunku marki premium, a także na ekspansji terytorialnej – obecnie zdecydowana większość sklepów firmowych sieci działa w woj. łódzkim. W perspektywie długoterminowej Pamso zakłada organiczny rozwój własnej sieci dystrybucyjno-handlowej. Firma prowadzi przemyślaną politykę cenową, która pozwala na równoległy rozwój sieci sklepów firmowych oraz platform dystrybucyjnych, obsługujących podmioty zewnętrzne z sieci partnerskiej.

Sklepy Pamso oferują pełen przekrój mięsa i przetworów, w tym wędzonek, kielbas, pasztetów, pieczeni itd. Intensywnie rozwija się sprzedaż produktów z serii Z Natury – nie zawierają one żadnych konserwantów. W ofercie są ponadto dania garmazeryjne oraz różnego rodzaju dodatki i przyprawy, np. chrzan z „czystą etykietą”.

– W branży, w jakiej funkcjonujemy, kluczowym elementem jest jakość produktu, jego walory smakowe, przy czym niezmiernie ważna jest powtarzalna, stabilna jakości wyrobów, trudna do utrzymania w ramach, jakie daje pozyskiwany surowiec. Naszą ofertę produktową rozwijamy w ściśle sprecyzowanym kierunku. W ostatnich trzech latach koncentrowaliśmy się na serii wyrobów „bez E” oraz na najwyższych jakościowo produktach z serii Z Natury, które wytwarzamy z zachowaniem maksymalnie „czystej etykiety”. Do ich produkcji potrzebowaliśmy nowych rozwiązań technologicznych, które umożliwiają utrzymanie trwałości i świeżości wędzonek i kielbas przy zachowaniu ich charakterystycznych cech i walorów smakowych. Jedno z takich rozwiązań pozwoliło nam wyeliminować z procesu produkcyjnego azotyn sodu, używany do peklowania mięsa, i zastąpić go inną metodą – wyjaśnia **Bartłomiej Apanowicz**, dyrektor zarządzający Pamso S.A.

Pamso rozwija także – w zgodzie z aktualnymi trendami rynkowymi – ofertę garmazeryjną. W sklepach sieci dostępny jest garmaż produkowany i pakowany w zakładzie w Pabianicach – pierogi, kluski, krokiety itp. – a w wybranych sklepach oferowane są także przygotowywane na miejscu dania na ciepło, mięsa pieczone, hot-dogi czy burgery.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/b-apanowicz-pamso-w-branzy-miesnej-kluczowa-jest-s,53167>