

RODZINA GRYCAN

cukiernicy od pokoleń czy nowa elita wśród celebrytów?

Nazwisko Grycan obecnie kojarzy się dosyć dwuznacznie. Z jednej strony są to cukiernicy, którzy dzięki ciężkiej pracy oraz nieustępliwości w dążeniu do celu osiągnęli sukces, a ich historia sięga już czasów przedwojennych.

Drugą grupę tej rodziny można nazwać "celebrytami", którzy dzięki sławnemu nazwisku brylują na okładkach gazet, a portale społecznościowe są oblegane przez tysiące ludzi, którzy na bieżąco śledzą ich prywatne życie. Niestety, prywatność w ich przypadku to pojęcie względne.

Jednak wracając do tych pierwszych - nie ma w Polsce takiego miłośnika słodczy, który nie słyszał, a nawet nie skosztował lodów Grycan chociaż raz. Zbigniew Grycan to przedsiębiorca, który z właściciela firmy produkującej lody Zielona Budka (swego czasu działającej tylko w Warszawie), przeobraził się w milionera i władcę lodowego imperium. To jego dziadek rozpoczął tradycję, mieszkając na kresach wschodnich i sprzedając pierwsze lody.

Następnie rodzina osiadła we Wrocławiu, gdzie Zbigniew uczył się sztuki cukierniczej pod okiem mistrza oraz poślubił jego córkę - Elżbietę. Również tam jego rodzice - Weronika i Józef, otworzyli pierwszą lodziarnię w Polsce „Lody Miś- Weronika Grycan”.

Rok 2004 Zbigniew Grycan nazywa nowym etapem w życiu swojej rodziny. Było nim stworzenie marki „Grycan - lody od pokoleń”. Sekret sukcesu tkwi w jakości, podkreślanej na każdym kroku, m.in. w spocie reklamowym, w którym ukazany jest proces wyrobu lodów przy użyciu najlepszych składników, a całością nadzoruje sam Zbigniew Grycan. Jak mówi właściciel, nie uznaje on żadnych kompromisów w sprawach dotyczących jakości, jednak stara się iść z duchem czasu, łącząc nowe technologie produkcyjne z poszanowaniem tradycji. Wyżej wspomniana jakość jest oparta na doświadczeniu, wiedzy i oryginalnym recepturach, które przechodziły z pokolenia na pokolenie. Wszystkie nowe smaki lodów są zawsze testowane przez rodzinę - zgodnie z tradycją.

Wieloletnia tradycja to właśnie coś, czym bez wątpliwości może poszczycić się ród Grycanów. Jednak w rodzinie są również tacy, u których słowa tradycja i pracowitość raczej nie goszczą na stałe w słowniku. Mowa o rodzinie Adama - syna Zbigniewa, chociaż senior rodu nie chce być łączony z krewnymi syna. Bez wątpliwości wiele publicznych wpadek, przerysowany wygląd, kontrowersyjne wypowiedzi, ogółem tzw. parcie na szkło synowej i wnuczek, niekorzystnie wpływają na wykreowany przez nestora rodu wizerunek firmy.



autorka felietonu

Paulina Szczekała

Właściciel uważa, że obecność w mediach nie jest mu potrzebna – jego marka powinna kojarzyć się tylko z doskonałymi wyrobami cukierniczymi, a nie z targowiskiem próżności reprezentowanym przez rodzinę syna.



Zbigniew Grycan z żoną i córkami

zdjęcie ze strony www.wprost.pl

Jednak chcąc nie chcąc, celebrytki są związane z marką i nie bójmy się tego powiedzieć – marka zyskała dzięki temu większy rozgłos. Oliviero Toscani głosi - „nie ważne jak mówią o marce, ważne, że mówią!” – tylko czy takie działania public relations są dobre dla marki, która szczyty się wielopokoleniową tradycją i jakością?

Widać jak na dłoni, że wizerunek marki nie jest do końca słodki, raczej słodko-gorzki. Nie można jednak zaprzeczyć temu, że imperium Grycan rośnie w siłę pojawiając się także na zagranicznych rynkach i rozszerzając swój asortyment również o inne desery. A te na pewno są słodkie. Byleby tylko światła reflektorów nie stopiły (jak lodów) wątpliwej sławy osób, które próbują zarobić na czyimś sukcesie.

Autorka felietonu: Paulina Szczekała



Lody firmy "Grycan"