

Interes na zimno

Wiesław Świerzyński został na lodzie z własnego wyboru. Jako jedyny w Polsce zarabia na sprzedaży mrożonej wody.

TOMASZ ROŻEK

Uwielbiam pracować z moimi rzeźbiarzami. To zawodowcy w każdym calu - stwierdził z uznaniem Wiesław Świerzyński półtora roku temu, gdy dwójce absolwentów wrocławskiej ASP zdobyło trzecie miejsce na mistrzostwach świata w rzeźbieniu w lodzie. To dzięki nim firma Ice Art mozolnie wykuwa swoją pozycję. Świerzyński kusi oryginalnością - kieruje jedną w kraju firmą produkującą lód w kostkach i bloki lodowe, dające się przekuć w dzieło sztuki.

Obroty Ice Artu w 2005 roku, pierwszym pełnym roku działalności, wyniosły 600 tys. złotych, ale już w 2006 r. wzrosły do ponad 1,2 mln zł (70 proc. produkcji to eksport do Niemiec). Świerzyński szacuje, że ten rok będzie gorący - obroty grubo przekroczą 2 mln zł i firma znacznie przynosić zyski. Dotychczas wszystkie wolne środki przeznaczala na inwestycje. A jest na co wydawać. Jedna maszyna do produkcji lodu kosztuje 150 tys. złotych. Ice Art ma ich w tej chwili 20, dziesięć kolejnych zamierza wprowadzić w tym roku z USA.

Maszyny zamieniają wodę w kostki i bloki lodowe. Kostki trafiają do sklepów, a bloki, ociosywane przez rzeźbiarzy - do indywidualnych klientów. Trzykilogramowy worek z kostkami kosztuje w sklepie 5 złotych. Lodowa rzeźba, która wytrzymuje w temperaturze pokojowej do ośmiu godzin - od kilku do kilkudziesięciu tysięcy złotych. Z maszyn Ice Artu w ciągu roku wychodzi od 250 do 300 ton lodu. Mniej więcej połowa to kostki.

Zimny biznes od dawna nęcił Świerzyńskiego. Często bywał w Republice Południo-

wej Afryki, gdzie jego brat założył farmę dzikich zwierząt. Wiele razy widział furgonetki wyładowane napojami i lodem. W Afryce lód był wszędzie, w Polsce tylko w zamrażarkach. To Świerzyńskiego bardzo irytowało. - Nie mogłem patrzeć, jak Polacy wkładają torebki z lodem do zamrażarki pomiędzy ryby i mięso. Lód z kranowej wo-



RZEŻBY ICE ARTU stają się wyrafinowaną ozdobą ceremonii ślubnych

W lodowym biznesie kasa nie topnieje

Po trzech latach firma Ice Art wreszcie będzie miała zyski.

2mln	40 tys.	2,5
ZŁOTYCH	ZŁOTYCH	GROSZA
obrotu Ice Art osiągnie w tym roku	zapłaciła Toyota za lodową rzeźbę samochodu	kosztuje jedna kostka lodu z 3-kilogramowego worka

dy nasiąka szybko zapachami i psuje smak napojów. Lód kupiony w sklepie jest czystszy i nie rozpuszcza się tak szybko.

Latem 2004 roku zebrał kilku znajomych i otworzył fabrykę lodu we Wrocławiu. Za zgromadzone oszczędności wydzierżawili pomieszczenia po upadłym browarze, kupili pięć maszyn i zatrudnili na stałe sześć

osób. Wybrali browar, bo było ujęcie czystszej wody potrzebnej do produkcji. Firma ruszyła i czekał ich zimny prysznic. Zamówień było jak na lekarstwo. Uratował ich telefon od Roberta Dahla, plantatora truskawek spod niemieckiego Rostocku, który zimą nie miał czym zapełnić chłodni, więc wymyślił, że zorganizuje festiwal rzeźb lodowych. Niemiec znalazł polskiego dostawcę w internecie. Potrzebował kilkudziesięciu lodowych bloków. Świerzyński wysłał pod Rostock swoich rzeźbiarzy, którzy każdy blok o wadze 130 kg przez kilka dni zamieniali w rzeźbę. Firma Świerzyńskiego zarobiła na jednej imprezie około 100 tys. złotych, a Niemiec był zachwycony. Teraz jest stałym klientem Ice Artu. Festiwal organizuje co roku,

a polscy artyści tworzą coraz bardziej wymyślne rzeźby - od egipskich piramid po Arkę Noego.

Ice Art natomiast odbił się od dna. Nawiązał współpracę z kilkudziesięcioma dystrybutorami w kraju, zaczął sprzedawać kostki w halach Makro, lód trafił też do klientów sieci Casino's Poland oraz do kilku hoteli w Polsce. W 2006 r. przyszła moda na imprezy promocyjne z lodem w roli głównej. Posypały się zamówienia. Toyota zleciła wykonanie z 11 ton lodu modelu samochodu naturalnej wielkości, który stanął w styczniu na Krupówkach, niedaleko od lodowego baru, zamówionego przez firmę Niemirowski. O dostawy bloków zaczął się upominać otwarty w 2006 r. warszawski Ice Club, działający przez cały rok. Lokal ma jedno pomieszczenie chłodzone i wykonane z lodu - ściany, bar i fotele. Dla Ice Artu współpraca z takim klubem to nie lada gratka.

Ale do Świerzyńskiego zgłaszają się też kolejne sklepy, które chcą sprzedawać

lód. Gdyby miał więcej pieniędzy na reklamę, byłoby jeszcze lepiej. Może gdy przyjadą maszyny ze Stanów i firma odpuści od inwestycji, uda się przyciągnąć górę lodową ze Spitsbergenu do Gdańska? Takie życzenie miała klientka z Pomorza. Reklama byłaby niezwykła, a rzeźbiarze z ASP mogliby wreszcie stworzyć dzieło życia. ■