



Ekspansja. Przymierzamy się do wejścia na rynki amerykański i chiński — zapowiada Radomir Szwed, twórca i właściciel Best Foods Poland.

## BEST FOODS POLAND EUROPA TO ZA MAŁO

Dla Radomira Szweda — szefa firmy, która w rankingu zajęła trzecie miejsce — handel produktami spożywczymi to biznes i pasja.

**B**est Foods Poland to przedsiębiorstwo zajmujące się importem i eksportem produktów spożywczych. W ofercie ma mrożone warzywa, owoce, mięso, drób i gotowe dania, które wytwarza pod markami znanych sieci: Wal-Mart, Aldi czy Morrison.

### Cel — własna firma

— Zawsze chciałem mieć własny biznes. Już od pierwszego roku studiów każde wakacje spędzałem pracując poza Polską. Zaraz po uzyskaniu dyplomu wyjechałem do Stanów Zjednoczonych, a następnie do Wielkiej Brytanii, gdzie zacząłem prowadzić własny biznes — wspomina Radomir Szwed, twórca i właściciel Best Foods Poland.

Po latach zbierania doświadczeń na rynkach zachodnich właściciel pomorskiej Gazeli Biznesu zdecydował się na powrót do ojczyzny. Rozpoczęcie

działalności w kraju okazało się nie lada wyzwaniem.

— Początkowo był to dla mnie kulturowy szok, związany z całkowicie innym podejściem urzędów do przedsiębiorcy oraz nie do końca jasnymi i logicznymi przepisami — przyznaje Radomir Szwed.

Jak jednak podkreśla sprawnie przystosował się do krajowych realiów. Dziś Gazela Biznesu numer trzy w kraju udowadnia, że świetnie odnajduje się na polskim rynku spożywczym.

### Nie tylko swoje podwórko

— Jesteśmy jednym z największych eksporterów m.in. mrożonej cebuli. W minionym roku za naszym pośrednictwem z Polski wyjechało jej 45 tys. ton — nie kryje zadowolenia Radomir Szwed.

Dla Best Foods Poland krajowy rynek jest doskonałym zapleczem eksportowym — spółka ma

bowiem dostęp do bardzo dobrych surowców, a wytwarzanie półproduktów oraz gotowych mrożonych dań zleca podmiotom zewnętrznym na zasadzie outsourcingu.

— Nasza oferta znalazła uznanie w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, Hiszpanii, Skandynawii i krajach Beneluksu — podkreśla Radomir Szwed.

Dla pomorskiej spółki rynek nie kończy się jednak na Europie — jej szef chce bowiem rozwijać biznes za Wielką wodą i... za Wielkim Murem.

— Powoli przymierzamy się do wejścia na rynki amerykański i chiński. W tym celu poczyniliśmy już pewne kroki, m.in. zatrudniając agentów handlowych — ujawnia Radomir Szwed.

Liczy, że krok ten otworzy spółce drogę do dalszego rozwoju i pozwoli jej wypłynąć na szerokie wody światowego biznesu spożywczego.

**Marta Markiewicz**