

OB 110-LETNICI OBSTOJA PODJETJA TOVARNA OLJA GEA, D. D., SMO SE POGOVARJALI S PREDSEDNIKOM UPRAVE, DR. IGORJEM HUSTIČEM

Gea pomeni premium olja

Gospod Hustič meni, da je v trenutnih gospodarskih razmerah preživetje proizvajalcev podvig, njim pa to uspeva z natančno segmentacijo potrošnikov ter razumevanjem njihovih potreb kakor tudi z uspešnim prodorom na tuje trge, kjer je najmočnejši partner Rusija.

Pogovarjala sta se:
Igor Đurovič, igor.durovic@instore.si,
Matej Oblak, matej.oblak@instore.si

Praznujete 110 let obstoja podjetja. Lahko prosim izpostavite zadeve, s katerimi se Tovarna olja Gea lahko ob tem jubileju pohvali?

Tovarna olja Gea je predvsem uspešno – likvidno in solventno – podjetje. Smo praktično nezadolženi, kar je v teh kriznih časih nedvomno komparativna prednost. Poslovanje v letošnjem letu izkazuje pozitiven trend, saj smo v primerjavi z enakim obdobjem lani (op. p. od januarja do maja) pri prodaji zabeležili indeks 112. V programu rastlinskih olj, ki predstavlja okoli 90 % realizacije pa beležimo še nekoliko boljše rezultate, saj smo zrasi za 26 %. Pohvalimo se lahko, da smo velik premik naredili na področju izvoza, kjer beležimo indeks blizu 300, doma pa smo prodali za 5 % več. Povečali smo tudi obseg proizvodnje in sicer za 8 %.

Lahko nekaj besed namenite viziji oziroma poslanstvu podjetja?

Usmerjeni smo v prihodnost. Ne glede na svojo velikost, ki nas, po zakonu o gospodarskih družbah, uvršča med srednje velika podjetja, smo globalna družba, usmerjena v globalizacijo nabavnih in prodajnih procesov, smo odprto podjetje. Naše poslanstvo je pokrivanje vseh življenjskih potreb prebivalstva po rastlinskih maščobah in dopolnilni prehrani z

varnimi in kakovostnimi izdelki. Pri tem so naši proizvodni postopki usmerjeni v to, da zagotavljamo varno hrano, ne glede na to, ali smo pri tem cenovno oz. tržno konkurenčni.

Na prvem mestu je torej varnost in kakovost, šele potem na vrsto pride cena. Upoštevač vse zakonodajne predpise in specifične trga, smo naše kupce dokaj dobro segmentirali in skušamo pokriti tudi vse nišne potrebe, kar dokazujemo z razvojem naših novih izdelkov.

V teh časih skoraj ni več proizvajalca, ki ne bi pozornosti namenil tudi družbeni odgovornosti. Kako se na tem področju udejstvuje Tovarna olja Gea?

Družbeno odgovorno delujemo tako navznoter, do zaposlenih, kot tudi navzven, do okolja. Tako smo npr. letos Rdečemu križu denimo podarili 1 paleto sončničnega olja s skupno količino 600 litrov, prav tako smo realizirali več manjših donacij v lokalnem okolju. Izobraževanje je v podjetju permanentna obveza in pravica. Poskušamo vlagati v ljudi, jih motivirati in veliko pove že samo dejstvo, da 24 izmed trenutno 97 zaposlenih v tovarni dela že več kot 30 let, kar je zagotovo nek znak zvestobe. Fluktuacija kadrov je na nizki ravni.

Katere so tiste države, od katerih Gea pridobiva surovine?

Prednjačijo Srbija, Romunija, Madžarska in Italija. Vse surovine, kar jih lahko najdemo v Sloveniji, seveda kupimo tukaj.



Tu mislim predvsem na bučno olje, ki ga pridelujemo iz domačih bučnic. Po surova olja se moramo žal podati v tujino, ker surovin tukaj ni.

Katera olja so to?

Za rafinirana olja je vir surovo olje, ki ga naša rafinerija predela. Torej surovo sončnično, repično in sojino olje, ki se jih najbližje dobi na Hrvaškem, Madžarskem in v Italiji.

Kakšen bo vaš odziv na vedno večji trend samooskrbe?

Samooskrba, razen na področju bučnega olja in še nekaterih hladno stiskanih specialnih olj, se ne spreminja. Glede na porabo predstavljajo največji segment naše prodaje in potrošnje rafinirana olja. Kar se pa tiče bučnega olja, pa lokalnim, večinoma prekmurskim oljarjem skušamo konkurirati z našo konstantno visoko kakovostjo in cenovno politiko. Kot ste opazili, imamo za naše štajersko prekmursko bučno olje tudi geografsko označbo, priznana s strani EU. Torej, ta vidik samooskrbe skušamo izpolnjevati toliko, kolikor je v naši moči.

Dogaja se, da večja globalna podjetja, ki prihajajo v Slovenijo, trg skušajo osvojiti z dumpinškimi cenami. Prodati izdelek pod lastno ceno in to količine, ki jih Slovenija potrebuje, ni noben problem. Nam pa to podre celotno cenovno politiko.

Kakšno je stanje glede lastništva družbe?

V večji meri nespremenjeno, že pet let. V preteklosti so lastniki delnic izkazovali interes, da bi deleže prodali, vendar pa nisem kompetenten za odgovor, ali se bo to zgodilo. Sem del vodstvene ekipe, najeta delovna sila, ne pa lastnik delnic. Dividende so vsako leto izplačane, in sicer za leto 2013, 30 centov na delnico. V mojem času predsedovanja, kar pa traja sedem let, se še ni zgodilo, da bi delničarji ostali brez dividend.

V času mojega predsedovanja, ki traja sedem let, se še ni zgodilo, da bi delničarji ostali brez dividend.

Vrnimo se k izvozu, zlasti k azijskim trgov. Kam ste uspeli prodreti s svojimi izdelki?

Obiskali smo sejem Foodex v Tokiju in pa sejem SIAL v Šanghaju, kjer smo imeli svojo stojnico in pridobili veliko število novih kontaktov. V Šanghaju smo bili celo edino podjetje iz Slovenije. S svojimi izdelki smo prisotni na Japonskem, v Maleziji in na Kitajskem. Za začetek gre seveda za majhne kupce, ki potem izdelke distribuirajo v trgovske verige.

Kateri izdelki jih zanimajo?

Olja Gea, izključno visokokakovostni, premium segment, torej nič belih olj. Potrebno je vedeti, da je za azijske trge to zelo eksotičen izdelek. Ker pa so to območja z relativno visoko kupno močjo, smo se v to sploh podali. Cene teh olj so višje kot v Evropi, saj je potrebno vštetiti tudi transportne stroške in uvozne dajatve. Začeli smo z dobavo nekaj palet. Če nam bo prodaja rasla tako kot v Rusiji, potem si lahko veliko obetamo.

Imate kakršne koli načrte za odprtje obratov po Sloveniji ali pa morda na območju bivše skupne republike?

Nič. Vse, kar potrebujemo, je tukaj, v Slovenski Bistrici, tudi prostora za širjenje je dovolj.

Pravite, da so postopki usmerjeni v varne in kakovostne izdelke. Kako to zagotavljate?

S posebnim nadzorom, organizacijskimi predpisi, pravilniki, postopki, preverbo na Nacionalnem laboratoriju za zdravje, okolje in hrano, predvsem pa v lastnih laboratorijih, ki so tukaj, v Slovenski Bistrici. Izdelke spremljamo tudi na policah – zagotovljeno imamo sledljivost.

Se tudi v vaši kategoriji pojavlja nelojalna konkurenca?

Mi smo stroškovno optimizirano, tehnološko sodobno podjetje, torej polna lastna cena našega izdelka je več kot le na konkurenčni ravni in ob normalnih tržnih pogojih lahko z lahkoto funkcioniramo, zagotavljamo kupcu kakovosten izdelek po primerni ceni. Se pa dogaja, da večja globalna podjetja, ki prihajajo v

intervju

Slovenijo, trg skušajo osvojiti z dumpinškimi cenami. Prodati izdelek pod lastno ceno in to količine, ki jih Slovenija potrebuje, ni noben problem. Nam pa to podre celotno cenovno politiko.

Na svojem trgu seveda ne prodajajo po enakih cenah. Pridejo sem, se tukaj ustalijo in prodajo tistim trgovcem, za katere vedo, da bodo dobili plačano, dobijo denar. Nam pa podrejo celoten koncept trženja, da sploh ne govorim o vseh posledicah. Donosnost naših programov ob takšnem konkuriranju močno pade. Na srečo je to bolj ali manj praksa le pri belih oljih, pri visoko kakovostnih, hladno stiskanih, ustekleničenih oljih pa je naša blagovna znamka tako prepoznavna, da cena ni edini izborni kriterij nakupa. Tudi kupci so nas prepoznali kot znamko, ki izstopa.

V čem se to kaže?

Dobili smo precej priznanj, nazadnje Best Buy Award. Imamo označbo Excellence medium-small enterprises, pa kar nekaj nagrad novosadskega sejma za specialna olja.

V katerih trgovinskih verigah ste prisotni v Sloveniji oziroma tujini?

Doma smo prisotni povsod, razen v Eurospini, oskrbujejo gastro verigo, delamo tudi za industrijo, torej tam, kjer potrebujejo maščobe. Tujina? Najuspešnejši smo v Rusiji, kjer smo prisotni v vseh večjih trgovskih verigah – v Metroju, Auchanu,.....

Azijske kupce zanimajo izključno olja blagovne znamke Gea, torej izključno premium segment.

Imate tam svoje hčerinsko podjetje?

Ne. Tam imamo poslovnega partnerja, ki je naš kupec in distributer, tako da potem on posluje z verigami, ne pa mi neposredno.

Za konec, prosim, podajte še svoj pogled na sago okoli (ne)prodaje Mercatorja. Bi vas prevzem tujcev prizadel?

Celotna veriga, tako pridelava kot pridelava, bi občutila posledice prevzema. Dejstvo je, da Agrokor po svoji vertikali obvladuje zgodbo od njive do police. Mislim, da je iluzorno pričakovati, da prevzem Mercatorja s strani Agrokorja ne bo imel močnih posledic za slovensko živilsko-predelovalno industrijo. Tema je precej kompleksna in bi se o njej dalo precej razpravljati.



Kako močna je vaša prisotnost na Hrvaškem?

Sodelujemo z nekaterimi hrvaškimi trgovskimi verigami, ki pa so v tuji lasti, (zaenkrat) pa še ne poslujejo s Konzumom (koncern Agrokor, lastnik Konzuma, ima v svoji lasti tudi Gei konkurenčno podjetje Zvijezda, op. ur.). Odkar je Hrvaška vstopila v EU, tam delamo tudi z nekaterimi industrijskimi podjetji.

Na kaj se boste v prihodnje še posebej osredotočili?

Osnovno vodilo in dolgoročna strategija družbe Gea, d. d., je vezana na vrhunsko, t.i. premium kakovost proizvodov, izobraževanje zaposlenih in sledenjem novim zahtevam trga in kupcev ob izrecnem

varovanju okolja. Želimo postati priznan evropski proizvajalec rastlinskih maščob z globalizacijo prodaje in nabave. To bomo izvajali na temelju osnovnih vrednot, ki so kakovost in zanesljivost, prilagodljivost in inovativnost in partnerski odnos s kupci.

Za konec prosim izpostavite še glavne cilje.

Z dodatnimi tržnimi aktivnostmi in pospeševanjem prodaje želimo zadržati tržni delež v Sloveniji oz. ohraniti vodilni položaj proizvajalca jedilnih olj in maščob. Z iskanjem novih kupcev želimo prodreti na nove trge in pokriti tržne niše, ohraniti likvidnost in solventnost družbe, biti inovativni ter nenehno optimizirati proizvodnjo in poslovne procese. ■

Od ljubiteljstva do delniške družbe

Korenine podjetja Tovarna olja Gea, d. d., segajo v leto 1904, ko **Albert Štiger** v Slovenski Bistrici ustanovil podjetje za predelavo bučnega olja na obrtniški način. Že leta 1922 so v podjetju s prvo rekonstrukcijo predelave uvedli industrijski način dela. Leto 1953 je bilo za podjetje zelo težko, saj je del podjetja uničil požar. Posledice požara so bile občutne še naslednja tri leta. Obdobju sta sledili obnova podjetja in izgradnja novih objektov. To je bilo obdobje začetka proizvodnje rafiniranega jedilnega olja.

Leta 1992 se je pričel projekt lastninskega preoblikovanja podjetja v delniško družbo Tovarna olja Gea, d. d., ki se je z vpisom v sodni register se je zaključilo leta 1995. S tem je bil izveden prenos družbenega kapitala na (ponovno) znane lastnike.