

Do Lipánků foukat dusík nebudeme

Milan Teplý, generální ředitel Madeta a.s.



Madeta s 1500 zaměstnanci je synonymem pro značky, jako jsou Lipánek, Madeland, Jihočeskániva, Jihočeské mléko nebo Jihočeské máslo. Firmě, která staví na své tradici a příslušnosti právě k Jihočeskému kraji, se navzdory mlékárenské krizi daří doma, na arabských trzích a nově i v Číně. I proto může pokračovat v investicích a nyní rozšiřuje výrobní závod v Plané nad Lužnicí. S majitelem a šéfem Madety Milanem Teplým jsme mluvili i o tom, jak nekvalitní dovoz pomohl českým potravinám, a také o důvodech, proč se do oblíbených Lipánků nikdy nebude foukat dusík.

Do Madety jste nastoupil v roce 1976, existují nějaké výrobky, které berete jako svou srdcovou záležitost?

Ne, do toho se nenechám dokopat. Budou to třeba číst lidi z různých závodů a já nechci nikoho naštvat. Je tu každopádně zhruba šest vlajkových lodí, které pro nás mají nepředstavitelnou cenu, třeba Lipánek, Romadur, niva, máslo a další. A ty dnes Madetu utáhnou. Nechci tedy mluvit o výrobcích ani o tom, který mám radši a který ne. Pro mě je každopádně srdcovou záležitostí mlékárna v Řípci, kde se vyrábějí tavené sýry. Začínal jsem tam, dělal jsem tam diplomku, a to jsem samozřejmě ještě netušil, že se jednou zjevím tady v tom křesle. Řípec je mlékárna, ke které mám hodně citový vztah, znám tam hodně lidí a myslím si, že za mnou dost šli. Původně jsem řípeckou mlékárnu oddělil od Plané a udělal jsem z ní samostatný závod. Povedlo se to, i když mě od toho všichni odrazovali.

Teď ovšem dostavujete nový moderní závod v Plané nad Lužnicí, kam se má výroba z Řípece přesunout.

Nám se nakonec vždycky ukázalo, že je ekonomicky velmi prospěšné převést výroby z malých fabrik do jedné velké. To je i případ Plané, kam se přesune část mlékárenské výroby z Pelhřimova a celý Řípec. V Plané bude pracovat asi 600 lidí, budou tam nejnovější technologie na zpracování mléka a také nová sýrárna. Mléka je totiž na trhu moc, nikdo ho nechce a cena letí dolů, takže my se z něj snažíme vyrobit to, co můžeme uskladnit, hlavně sušené a UHT mléko. Také existují jedinečné sýry s několikaměsíční dobou zrání, na jejichž výrobu máme profesionály, a takové sýry chci v nové fabrice dělat. Víc už ale prozrazovat nebudu.

„Když se někomu do výrobku, který k nám doveze, dostane jed na krysy, tak to je samozřejmě za hranou, stejně jako když sem někdo dováží „čerstvé máslo“, u něhož se ukáže, že je víc než rok staré a pochází z nedotknutelných zásob armády.“

Rozšířená mlékárna je tedy jednou z investic, na kterých jste spolupracovali s bankou?

Banka nám v této investici drží peníze. Spoléháme na ni a ona na nás. Teď je možná hloupé, co řeknu, ale dávám na první pocit a na lidi. Některé z nejvyššího vedení banky mám skutečně rád a se zdejší krajskou pobočkou jsem spokojený na sto procent. Víím, že ČSOB je velká a silná banka, zároveň je dnes určitě dravá, hbitá a rychlá. U konkurence už mi vadila určitá zkosnatělost. V další bance jsem viděl zase zdlouhavé procedury, než se k něčemu rozhoupala. Banka nám tedy v této investici drží rámeček a teď se trošku zlobí, protože my ho ani moc nečerpáme. Je fakt, že finanční zdraví Madety je nyní mimořádné. Na to, že je za těch 40 let, co u Madety jsem, nejhorší mlékárenská krize, tak se držíme. Světlo na konci tunelu jsme našli v Číně. Takže já ani do budoucna nevidím zase tak moc zlého.

Navíc se Češi začínají opět vracet k tradičním českým potravinám.

Určitě ano. Když v Potravinářské komoře vznikla myšlenka, že české potraviny podpoří v obchodní síti vlajkou, nápisem Český výrobek a že se tomu dají nějaká pravidla hry, tak jsem prezidentovi komory Miroslavu Tomanovi řekl, že se asi zbláznil, že rozhoduje cena a ne, jestli tam dáme vlaječku. Strašně jsem se mýlil. Pomohlo tomu ale i několik dalších skutečností. Když se někomu do výrobku, který k nám doveze, dostane jed na krysy, tak to je samozřejmě za hranou, stejně jako když sem někdo dováží „čerstvé máslo“, u něhož se ukáže, že je víc než rok staré a pochází z nedotknutelných zásob armády. A pokud to máslo obsahuje ještě rybí tuk, tak to už je opravdu velký problém. I proto se spotřebitelský zájem víc obrátil na české výrobky. Dlužno říct, že v celé řadě případů mezi ně Madeta patří. A nás, české výrobce, tyto kauzy dokopaly k tomu, že si držíme svoji kvalitu a neobcházíme ji.



Jak se vám potom poslouchají názory, že německé potraviny jsou kvalitnější a levnější?

Je to propaganda a není to pravda. Němci si nechávají potraviny hodně vyrábět od Poláků a dávají je do svých obalů. Do německého trhu jde tedy často stejné zboží jako na český trh. Dovoz je vždy kvalitativně horší, než když si vyrábíme potraviny sami doma. Jen se koukněte, jaké sem jde ovoce a zelenina. To je zcestovalé zboží, které už bylo v Portugalsku, ve Španělsku, potom přešlo do Vídně, tam dorazilo jako dvojkové, sem přijede jako čtyřkové a je zaplynované a zadusíkové. Já můžu jen garantovat to, co máme tady. Samozřejmě, že jsou tendence vydělávat za každou cenu, když teď lidé hodně nakupují. Řetězce chtějí co nejlevnější výrobky s co nejdelší garancí. To se samozřejmě udělat dá, třeba tak, že začnete do Lipánků foukat dusík. Ale podívejte se, mně se to v 67 letech nevyplatí. Jsem z mlékařské rodiny, a dokud tu budu, tak se to dělat nebude.

Vaše výrobky v cizině nikdy problém neměly?

Naopak. My jsme sice exportní pouze čtvrtinou produkce, ale vyvážíme do zajímavých zemí. Vozíme do Jižní Ameriky, samozřejmě do států Evropské unie a na arabském trhu máme dokonce založenou společnost. Jsme v Libanonu, Jordánsku, Emirátech. Do arabských zemí dodáváme hlavně sušené mléko, bílé sýry a podobně. A jsme úspěšní. Jsme tam jednička na trhu.

Sušené mléko vyvážíte i do Číny?

„Dnes po těch 40 letech ve firmě vidím, že nás v cizině už berou jako vážnou konkurenci.“

Sušené a UHT mléko. Těch sto milionů korun, na které jsme před nedávnem uzavřeli kontrakt, ale není částka, ze které bychom se posadili na zadek. Jde spíš o to, že jsme se na ten trh dostali tak rychle. Holandské i další firmy na tu příležitost čekají už čtvrtý rok. Kontrakt podepisoval primátor Pekingu a zásobovat tam můžeme zhruba 22 milionů lidí. Teď záleží hlavně na tom, jestli budou mít v Číně dostatečnou logistiku, aby mléko mělo potřebnou kvalitu.

Madetě se tedy navzdory mlékařské krizi daří a i budoucnost vidíte optimisticky. Co vás ve firmě stále drží a žene dopředu?

Chlapi jsou někdy postižení, a když si vezmou něco do hlavy, tak to prostě udělají. Dnes po těch 40 letech ve firmě vidím, že nás v cizině už berou jako vážnou konkurenci. Navíc jsem přesvědčený, že Madeta může být veliký významný regionální podnik, který přeroste republiku. Vše tomu nasvědčuje a uvidíme, jestli u toho ještě budu. Ale tři roky, tedy do sedmdesáti, to ještě vydržím.

Jak byste si představoval svůj odpočinek, jestli k němu někdy dojde? Prý jste hodně hrdý na českokrumlovské štoly, které Madetě patří. Co tedy třeba Krumlov?

Ideální odpočinek si představuji na chalupě se psem.

Českokrumlovské štoly nejsou můj rozmar. Madetě v nich zrály léta bochníky nivy, ale po vstupu do Unie tam začaly jezdit takzvaně odborné komise, o jejichž odbornosti se raději nebudu vyjadřovat. Ty konstatovaly, že se přírodní vápencové štoly pro potravinářské účely nedají používat. Tak jsme v areálu závodu postavili zrací sklepy, kde je filtrovaný vzduch, takže jsou na úrovni špičkových operačních sálů. Pikantní je, že je stavěli Francouzi a ti říkali, že doma ve Francii takové zrací prostory vůbec nemají, že v Krumlově je to přepych. Takže ta odborná komise asi rozhoduje pokaždé jinak. Každopádně ve starých štolách vznikly prostory, kde jsme navíc spojili ochutnávky našich sýrů s víny, pořádají se tam různé kulturní akce. Je tam úžasná pohoda, skvělá akustika a chceme to rozvíjet dál. Ano, štoly mě baví.

Pohled experta



Ondřej Mach

ředitel pobočky pro korporátní klientelu České Budějovice
onmach@csob.cz

Madeta je tradiční česká mlékárenská značka, která je zde už víc než 110 let. Tím, co tato firma dělá a jaké značky vyrábí, je známá asi každému. Děti odmala jedí její Lipánky, dospělí si dopřávají třeba její sýry.

Madeta je zároveň největším zpracovatelem českého mléka, kterého vyprodukuje 400 milionů litrů ročně. Jde tedy o důležitého odběratele pro celé české zemědělství. I přes silný tlak řetězců na ceny a přes velkou konkurenci levných dovozů tato firma nikdy nejde jednoduchou cestou snižování kvality

svých výrobků. Stále naopak na trh nové kvalitní výrobky přináší.

Přestože jde o tradičně českou firmu, tak se jí dařit prosazovat na zajímavých exportních trzích. Zároveň pečuje i o své značky a bojuje za ně v Evropské unii. Důkazem, že se Madetě daří, nejsou jen úspěchy v zahraničí, ale i výstavba nového závodu v Plané nad Lužnicí, kde budou nejnovější technologie pro zpracování mléka i moderní zázemí pro 600 zaměstnanců. Jsem rád, že u této investice může naše banka být. Za nejdůležitější ve vztahu k tomuto partnerovi osobně považuji vzájemnou otevřenou komunikaci, díky níž naše spolupráce skvěle funguje.