

# Brity učí, že čaj nemá jen černou barvu

Srdcař a milovník čaje a kávy Petr Zelík sní ve Slušovicích o tom, jak vybuduje zážitkovou firmu. Majitel společnosti Oxalis vidí budoucnost spíš ve smyslech než v on-line prodeji, který nijak nevoní ani nechutná.



## Jak se z milovníka čaje stane podnikatel?

Na začátku jsem byl vším – zakladatelem prodejen, sekretářkou, skladníkem, prodavačem. Prvních deset let bylo vyčerpávajících. Musel jsem být důsledný, učil jsem se dotahovat věci do detailů a totéž vyžadovat i od zaměstnanců. Obrnil jsem se proti nečekaným „černým labutím“. Třeba když z firmy odešel zaměstnanec, který vzal receptury. Nakonec to urychlilo náš rozvoj, ale v roce 2005 jsem byl na pokraji vyhoření. Ztratil jsem budovatelskou naivitu. Zocelilo mě to.

A letos v únoru jsme měli ve firmě hackerský útok. Mé soubory za dvacet let zmizely, včetně strategických myšlenek a napsaných článků. Najednou jsem měl čisto v počítači, ale i v duši. Poučili jsme se, udělali opatření a firma jede dál.

### **Kudy vedla vaše cesta k čaji a kávě?**

Na konci 80. let jsem vystudoval zahraniční obchod na VŠE a začal pracovat v agrokombinátu Slušovice. V roce 1990 nás pět kolegů založilo firmu. Objevil se tu člověk z Teekanne se vzorky porcovaných čajů a nabídl nám distribuci v bývalém Československu. O čaji jsme nevěděli nic. Od rodin jsme si půjčili peníze a prodej čaje se slibně rozběhl. Už za rok jsme měli obrát 80 milionů korun. V roce 1992 jsem na Srí Lance uviděl čajové plantáže a dostalo mě to. Rozhodl jsem se vstoupit na dráhu prodejce sypaných čajů. V létě 1993 jsem už sám založil Oxalis, což znamená v latině čtyřlístek.

**Nejvíc kávy na světě se nevypije v Itálii, ale ve Finsku.**

### **Které momenty byly pro Oxalis zásadní?**

Začátky byly krkolomné, o sypaném čaji tu nikdo nic nevěděl a brzy mi došly peníze. Proto jsem v roce 1995 otevřel po Zlíně první prodejnu v Praze. A záhy se začali ozývat různí lidé, že by chtěli podobnou prodejnu také. Zavedli jsme skleněné dózy, aby se zákazníci mohli na čaj podívat – to byl důležitý marketingový nástroj. V roce 1999 jsme přibrali kávu a také jsme si začali čaje sami míchat a aromatizovat, což byl další milník. Mohli jsme expandovat a exportovat originální produkt. V roce 2010 jsme zkusili kávu sami pražit, čímž jsme zvládli všechny procesy doma. Ač jsem srdcem čajař, výrazně jsem nasál i svět kávy a dnes dovážíme čaj a kávu přímo z 26 pěstitelských zemí.

### **Jak váš byznys podporuje ČSOB, s níž jste skoro dvacet let?**

Banka nám pomohla profinancovat vlastní skladové a administrativní prostory o celkové výměře 6000 metrů

čtverečních. Na strojní vybavení využíváme jejich leasingových služeb, což je pro nás ideální volba. S čímkoli jsme se na banku obrátili, vyšla nám vstříc. Před rokem jsme také s ČSOB Advisory začali optimalizovat strukturu společnosti a vytvořili jsme holding. Nás by to nenapadlo, přitom je to výhodné z hlediska bezpečnosti, přehlednosti i zprůhlednění ekonomiky. Byl to výborný krok.

### **Součástí vašeho podnikání je také export...**

Ano, začínali jsme se Slovenskem a dnes vyvážíme do 27 zemí. Nejdůležitější trhy v exportu čaje jsou pro nás Polsko, Slovensko, Rumunsko a Velká Británie. Do Singapuru a Malajsie vozíme aromatizované čaje, zahájili jsme spolupráci i s indickou firmou.

### **Kde v Evropě jsou největší milovníci kávy a čaje?**

Nejvíc kávy na světě se nevypije v Itálii, ale ve Finsku. Z hlediska kvality vedou Japonsko, Jižní Korea, Kanada, USA a severské země Evropy. Nejvyšší konzumaci čaje na obyvatele mají Velká Británie a severozápadní Německo, Hamburk je světovým hlavním městem čaje. V těchto zemích mluvíme o spotřebě až tři kilogramy na obyvatele za rok, zatímco třeba v Polsku je to 800 gramů a v Česku dokonce jen 230 gramů. V Británii se širší čajová kultura začala prosazovat až v 90. letech, i proto jsme tam získali dobrou pozici. Z hlediska kultivovanosti čajové kultury můžeme mluvit i o Česku, kde jen my máme 65 prodejen (včetně franšízy) a 600 zákazníků velkoobchodu.

Češi jsou zcestovalí a poučení z pěstitelských zemí. Jsem překvapený, jak dobře se tu prodávají nejlepší zelené japonské čaje.

### **Spoluvytvářeli jste trh kávy a čaje v Česku, jak se tu proměnili zákazníci?**

Češi jsou zcestovalí a poučení z pěstitelských zemí. Jsem

překvapený, jak dobře se tu prodávají nejlepší zelené japonské čaje, které v prodejkách rostou nejrychleji. Největšího obratu však dosahují ovocné čaje, které s čajovníkem nemají nic společného. Naším nejprodávanějším čajem je Babiččina zahrádka.

## **Jak je ve vašem oboru, kde rozhodují smysly, důležitý on-line prodej?**

Nákup čaje a kávy je zážitek a vyžaduje poradenství. E-shop naštěstí nehraje výraznější roli. Prodejny pro nás mají velký význam a doufám, že to tak bude i v budoucnu. Jsem rád, že zákazník nakupuje sypaný čaj nebo výběrovou kávu dominantně v kamenné prodejně.

## **Co tedy dál plánujete?**

Uvažujeme o masterfranšízovém konceptu a vývozu franšízového systému do zahraničí. Rádi bychom přidali v exportu a postupně se přiblížili k tomu, aby export tvořil 50 % našeho obratu. A především bych chtěl ve Slušovicích vybudovat zážitkovou firmu s kinosálem, ukázkou zpracování čaje a kávy, s muzeem a firemní prodejnou. Máme vizi, pozemky i projekt. Můj sen je, aby sem lidé jezdili a čaj s kávou je fascinovaly stejně jako mě.



### **Máte 115 zaměstnanců. Na co u nich vsázíte?**

Důležité je nadšení a zájem. Ve své práci musí být profesionálové, zapálení pro produkt je pak přidanou hodnotou, která se cení. Za prioritu považují soustavné vzdělávání.

### **Co byste nám z čaje a kávy doporučil ochutnat?**

U černého čaje dávám přednost první sklizni z Darjeelingu, předhůří Himálaje, to je šampaňské mezi čaji. Těžší černé čaje mám rád z povodí Brahmaputry v severní Indii, z Assamu. V zelených čajích doporučím čaj japonský nebo z Jižní Koreje. Mám rád i bílé čaje z Číny nebo oolongy z Tchaj-wanu. U kávy upřednostňuji komplexní chutě z Etiopie či Keni.

## Pohled experta



### **Svatopluk Kadlčík**

*ředitel pobočky pro firemní klientelu Zlín*

---

### **S čaji se prosadili i v Asii**

Už samotný fakt, že je Oxalis, firma z malého města, největším výrobcem a distributorem sypaného čaje v ČR a expanduje v prodeji plantážní kávy, je inspirací pro další podnikatele nejen v našem regionu. Stejně jako skutečnost, že se v exportu dokáže prosadit na náročných trzích, včetně Mekky čaje, Velké Británie. Je to nezaměnitelný brand, který mají zákazníci s čajem a kávou pevně spojený. Podnikatelský příběh Petra Zelíka je charakteristický schopností najít prostor na konkurenčním trhu, vírou ve vlastní schopnosti, ochotou jít kupředu a pracovat na sobě, vnímat i drobné podněty zvenčí a zapracovat je jako inovaci do rozvoje svého podniku, být ve správnou dobu na správném místě. Rád bych vyzdvihl i smysl pro společenskou odpovědnost promítnutý do podpory projektů neziskovek doma i ve světě. Vážím si toho, že se můžeme podílet na tomto podnikatelském úspěchu už více než patnáct let. Před námi jsou další společné projekty a rád bych popřál Oxalisu i panu Zelíkovi, aby se jim dařilo na jejich podnikatelské cestě i nadále.