Cserpes István: Az élelmiszeripar részben egy biológiai háború

„Sokak szerint fordítva gondolkodom”

Ha az igazi tej öt nap után megromlik, akkor ennyi idő van arra, hogy eljuttassuk a vevőkhöz. És ha a tartósítószer-mentes fagyit másnap már nem ajánlott kirakni? Akkor este a maradékot hazaviszik az alkalmazottak. Nem beszélve a szendvicsekről, amelyeket a salgótarjáni roma gyerekek focicsapata kap meg. **Cserpes Istvánnal beszélgettünk, aki soha nem enged a minőségből, és soha nem használ adalékanyagot. Ellenáll a multik csábításának, mégis sikeres, nem reklámozza a márkáját, mégis ismeri mindenki. És boldoggá teszi a vevőit.**

– Mitől más a Cserpes fagylalt, mint a többi?

– Mert olyan, merőben szokatlan alapanyagokat használunk hozzá, mint a tej, a tejszín, a tojás, a cukor. A vaníliafagyi többek közt tejből és tojássárgájából, a csokoládé tejből, tejszínből és jó minőségű csokiból készül, a gyümölcsös fagyikhoz pedig meglepő módon gyümölcsöket használunk. Fölösleges az aroma. Ennyi a titok.

– Az, amit általában fagylaltként vásárolunk, nem tartalmazza ezeket hozzávalókat?

– A fagylaltgyártás éppen olyan torz irányba ment el, mint az élelmiszer-ipari termékgyártás. Persze nem azt állítom, hogy kizárólag mi készítünk rendes alapanyagból fagyit, van néhány neves cukrászda, amelyek kivételt képeznek, de a legtöbben zacskós porral dolgoznak. És nemcsak az a baj, hogy adalékanyagokat használnak, hanem az is, hogy már nem kell cukrásznak lenni a fagylaltkészítéshez.

– Miért alakult ez így?

– Mert az igazi fagylathoz egy egész háttérintézményre van szükség, ahol cukrászok és inasok tüsténkednek, verik a tojáshabot, a tejszínt, jó alapanyagokkal dolgoznak. Ehelyett viszont egy zacskóba vannak besűrítve az ezeket helyettesítő porok, a szakértelem, az íz, mivel így olcsóbb, gyorsabb fagyit gyártani. Akár egy garázsban is megteheti bárki. Ez a folyamat az olaszok gépi fagylaltjaival kezdődött. A gyárak az aromákkal, stabilizálószerekkel felturbózott termékeikkel letarolták a piacot, és a kis, utcai fagyizóknak nincs is más lehetőségük, mint beállni a sorba. Nem hibáztatom őket, ez egy óriási üzlet. Már az ront a minőségen, hogy minden fagyinak ugyanaz az alapja, mert normális esetben az igazi csokoládé- és citromfagyi egészen más recept alapján készül, nem csak az ízesítésükben különböznek. Tény, hogy léteznek nagyon jó fagylaltpaszták is, és sajnos sok cukrászda is használja őket, pedig ott lenne szakértelem és kapacitás a valódi fagylalthoz.

– Instant élvezet.

– Mit szólnánk ahhoz, ha egy étteremben rendelnénk egy Újházi-tyúkhúslevest, és azt a konyhán levesporból ütnék össze? Igencsak fel lennénk háborodva. A fagylalt esetében miért nem zavar minket ugyanez? És itt nem csak az alapanyagok hiányáról van szó: egy jó termék létrehozásához időre van szükség. Például a joghurt esetében a lactobacilusok megsavanyítják a tejet – ezt a folyamatot nem lehet adalékokkal helyettesíteni. Valójában mi nem vagyunk ügyesebbek másoknál: sok termék azért nem jó, mert beleerőltettek a jó szakmai gyakorlatba, egyre több eljárást és anyagot hagytak ki belőle. A végén lett valami savanyú izé a joghurtból abnormális színnel, állománnyal, és valami vacak a túró rudiból, a fagyiból. Nálunk a felvert tojásfehérjétől lesz jó habos a gyümölcsfagyi, és a tojássárgája adja a vaníliafagyi krémes állagát. Persze óvatos mindenkit attól, hogy szakértelem nélkül nekiálljon tojásból fagyit készíteni, ezekkel az anyagokkal tudni kell bánni, sőt laboratóriumi háttérre van szükség: mi állandóan bevizsgáljuk a termékeket. Mindig elsődleges szempont a biztonság. Reggel frissen készítjük a fagyit, és másnap már nem adjuk ki. A maradékot este hazavihetik a tejivó alkalmazottai és a kapuvári dolgozók. Nem egy fagyizóban, ahol este, zárás előtt még tele van a pult, biztosak lehetünk benne, hogy másnapos, harmadnapos fagyikat is eladnak. Akarunk ilyen műanyag világban élni?

– Általános gyakorlat a Cserpesnél a maradék áru hazavitele?

– Igen. Például a tejivók szendvicseiből, péksüteményeiből a dolgozók mellett a salgótarjáni roma gyerekfocicsapatnak is jut. A fagyival még csak most indultunk el, még fel kell fedezniük a vásárlóknak, de majd felépül ez is, mint a többi Cserpes-termék, nem aggódom.

– A Tejivóval is ez történt: a Deák téri, ismert gyorséttermi lánc egyik üzletében sokszor alig lézengenek, mellette a Cserpesnél viszont kígyóznak a sorok, pedig soha nem élt a reklám eszközeivel.

– Igen, a vásárlók értékelik a jó alapanyagokat, a rendes technológiát. És ehhez nem kell látványosnak lennie a terméknek: sokan ugyanis ennek oltárán áldozzák fel a minőséget. Például valóban hívogatóan halmozódnak a porfagyik a pultokban, ez azonban csak a szemnek szól. És ebben a kirakatszerű tálalásban tizenhatféle íz van egy légtérben, ahol keveredik például a puncs és a citrom illata. Milyen erős aroma lehet az, amelyik ezt kibírja? Mi visszatértünk a régi, hengeres, fedőkkel ellátott megoldáshoz: nem a szemnek, hanem a szájnak készítünk termékeket, és a látvány helyett a bizalomra építünk, hiszen aki megkóstolta, úgyis visszatér, nem kell csábítgatni. Azt viszont vallom, hogy a jó dizájnra szükség van, és sokak szerint miénk lett a legszebb fagylaltos pult az országban. A tejivók hangulatát is nagyon szereti a közönség, a kezdetektől fogva egy kitűnő céggel, a Sign kreatív ügynökséggel dolgozunk.

– Sokszor a széllel szemben haladnak. A szakma hogy viszonyul önökhöz?

Vermes Tibor

Cserpes István

Kapuváron született, érettségi után a BME gépészmérnöki karán tanult, diplomáját a Bánki Donát Műszaki Főiskolán szerezte meg 1990-ben. Akkoriban már a csornai tejporgyárban dolgozott, végigjárva a ranglétrát vajgyártótól a pasztőrösön át a művezetőig.

1991-ben építette fel kollégájával, Németh Andrással az első saját tejüzemét, és állandó beszállítói lettek a környékbeli városok éttermeinek.

1996-tól rikottát kezdtek gyártani, amely után óriási kereslet mutatkozott, hamarosan felépült egy újabb tejüzemük.

Az EU-csatlakozás utáni megváltozott üzleti környezetben azonban mélypontra jutottak, ekkor döntöttek a prémiumtermékek gyártása mellett. Az adalékmentes tejtermékeket saját boltokban és mozgó értékesítéssel juttatták el közvetlenül a vásárlókhoz.

2012-ben a belvárosi Sütő utcában megnyílt az első Cserpes Tejivó, amelyet további kettő követett. Idén egy független bizottság a Cserpes Sajtműhelynek ítélte a Superbrands védjegyet, tavaly pedig az Ernst&Young a „Merész újító” címmel tüntette ki a céget.

– A szakmával nincs problémánk, de azért igyekszem óvatosan haladni, nehogy azt mondják: „Na persze, a Cserpes már mindenhez ért?” Pedig már gondolkodom a cukrászdákon is: huszonöt éve nincsenek rendes krémesek, leszámítva néhány kivételt. A Cserpes Kiscuki Kapuváron már megnyitott, a fagyi is innen indult, megpróbáljuk ezt a vonalat is, aztán majd meglátjuk.

– Idővel lehet gyorsétterem-hálózat a tejivóból, esetleg franchise rendszerben?

– Nem hiszem. Nem tudnánk azt az árat elkérni, amivel a franchise működhetne. A gyorséttermeknél száz forintból körülbelül harminc forint az alapanyag, nálunk minimum ötven. Emellett a munkabért, a bérleti díjat ki lehet gazdálkodni, de nem maradna akkora nyereség, hogy osztozhassunk rajta a franchise partnerrel. Racionalizálni pedig nem akarjuk a termékeket, hiszen az szöges ellentétben áll a filozófiánkkal. A gyorséttermek azért tudnak franchaise-ban működni, mert kiszedegetik az ételből az értéket. Az ízeket sokszor jól összerakják, finomak ezek a hamburgerek, de az adalékok megint csak a valódit helyettesítik.

– Meddig tud terjeszkedni a Cserpes az alapvető filozófiája elvesztése nélkül? Hiszen a rövid határidejű eltarthatóság, a drágább alapanyagok gátat szabhatnak.

– Szerintem korlátlanok a lehetőségeink. Legfeljebb egy adott piacon nem jelenünk meg. Például egy vidéki kisvárosban nem lehet tejivót nyitni, sőt, talán még a megyeszintű városokban sem, mert nincs rá akkora kereslet, hogy fenntartsa magát. De a tejtermékeinket tekintve úgy tűnik, van egy elég széles réteg, amelyik hajlandó megfizetni a magasabb árat a minőségért. Tény, hogy vannak nagyon kevés pénzből gazdálkodó emberek, de sokan gondolkodnak úgy, ahogy én is: még kispénzű diákkoromban sem éreztem magam olyan szegénynek, hogy az alapvető élelmiszerekből rossz minőséget vegyek. Az emberek számtalan fölösleges dolgot megvásárolnak a szupermarketekben, amiről elhitetik velük, hogy megéri nekik, de valójában nincs is rá szükségük. Ennek köszönhetően azonban sokszor nincs pénzük az apró, de napi kiadásokra. Pedig pár forinttal többért sokkal jobb termékhez juthatnának.

– Idővel kapható lesz a Cserpes márka a szupermarketekben?

– A multinacionális cégek polcaira soha nem akartunk felkerülni. Most érdekes helyzet állt elő, mert folyamatosan hívnak minket, nyilván kell a plecsni a mellükre, hogy náluk ilyen is van. De sok kistermelőtől tudom: nem jöttek ki jól a multikkal kötött üzletből, idővel jön a kínlódás, a fenyegetőzés, a visszáru, a kötbér. A szupermarketek ugyanis nagy árréssel dolgoznak, amit csak a termék vagy a termelő rovására kaphatnak meg. A nagy gyártók már összenőttek ezzel a rendszerrel, én nem akarok, és előre gyanakszom.

– A CBA-ban és a Coopban viszont kapni Cserpest, ez miben más?

– Nincs központi szerződésünk, itt a boltoknak nagyobb szabadságuk van, ha akarnak, rendelhetnek tőlünk önállóan. Szerintem ez fontos, nem lehet központilag rákényszeríteni valamit egy üzletre. Az igazi kereskedőnek látnia kell, mire van igény az adott helyen, és azt kielégítenie. Egy multicég viszont nem alkalmazkodik, ő dönti el, mit tart, és azt is, milyen terméket miből kreáljon neki a gyártó: így jönnek létre a műanyag ételtorzók. A multi döngeti a mellét, hogy lám, csináltam a vevőnek egy olcsó terméket, de ezek ár-érték arányukat tekintve sokkal hitványabbak, mint amennyivel olcsóbbak.

– A Cserpes alternatív kereskedői módszerekkel terjedt el: ezek egyre népszerűbbek a tudatos vásárlók körében, például bevásárló közösségek alakultak, terjed a közösség által fenntartott mezőgazdálkodás, ahol közvetlenül a gazdáktól vásárolnak a vevők. Ezek a folyamatok azt mutatják, hogy változni fog a kereskedelem?

– Feltétlenül. A mi esetünkben sem volt szükség reklámokra: a suttogó propagandában hiszek. Valóban átrendeződik a kereskedelem, szerintem jó pár multi ki fog esni a piacról, mert az emberek egyre inkább a szükségleteiknek megfelelően vásárolnak. Húsz évvel ezelőtt még vágytunk a szupermarketekre, hiszen ők hozták el az árubőséget, de ezzel együtt megérkezett hozzánk a kereskedelmi manipuláció intézménye is: elvitték az agyunkat és a szemünket egy rossz irányba.

– Ha már ennyire szívén viseli a gasztronómia ügyét: nem gondolkodott el azon, hogy éttermet nyisson?

Somfai Sándor

Nálunk a felvert tojásfehérjétől lesz jó habos a gyümölcsfagyi, és a tojássárgája adja a vaníliafagyi krémes állagát. Reggel frissen készítjük, és másnap már nem adjuk ki. A maradékot este hazavihetik a tejivó alkalmazottai és a kapuvári dolgozók

– Valóban megfordult a fejemben, de ez még nagyon távlati terv. Nem egészen ebben a műfajban gondolkodom, nem is kifőzdében, valahol a kettő között, a formát még nem találtam meg. Az átlagemberek napi ellátása érdekel, ugyanis a plázák – általam csak lóetetőknek nevezett – étkezdéivel nem vagyok kibékülve. Nem akarom őket bántani, hiszen csak sodródnak az árral. A kifőzdék nem engedhetik meg maguknak a jó alapanyagokat és a szakértelmet. Az egész rendszer szét van darabolva, ezért rengeteg jó étel nem szerepel az étlapon, mert a töltött káposztára vagy a mákos tésztára kevés a vevő. Ehhez egy hatalmas ételgyárra lenne szükség, tízezer és százezer adag közötti méretekre. Az ételgyár talán rosszul hangzik, de sok előnnyel jár: egy ilyen üzem elbír egy labor- és minőségbiztosítási hátteret, valódi alapanyag-beszerzést, jó szakembereket. Sőt, egész gazdaságokat tarthatna el.

– A Cserpes a tejtermékeivel ebbe az irányba halad?

– Abszolút. Most ruházunk be a második eperföldbe, mert korábban esetleges volt, hogy éppen mit kapunk a piacon vagy lefagyasztva. Az áfonyát Felvidékről és Erdélyből hozzuk, és igyekszünk mindent, a tojástól a gyümölcsökig – a kakaón kívül – itthonról beszerezni. Jelenleg a nagy multicégek uralják a piacot, megszabhatják az árat, hiszen sok esetben olcsóbban megkapják külföldről az árut: ilyenkor a magyar eper ottmarad a földön. Mi viszont megvesszük a barackot a hazai termelőtől, betesszük a hűtőházba, és abból főzzük egész évben a lekvárt a joghurtokba. Még mindig ez a legtisztességesebb tartósítása a gyümölcsnek. Ilyen, tömegessé váló folyamatokkal lehetne a hazai alapanyag-termelés színvonalát is emelni. Sok gyártó ugyanis ugyanúgy beáll a sorba, mint a vásárló, és az olcsóbb összetevőt választja. Ezzel azonban a hazai alapanyagok minősége is romlik, mert a drágábbat nem lehet eladni.

– A közétkeztetés háza táján nem szeretne rendet tenni?

– Úgy tudom, ebbe még Jamie Olivernek is beletört a bicskája. Ez is csak akkor működik, ha a szülők szemlélete változik. Mint ahogy a Cserpes Trudi esetében is történt: az a szülő, aki egyetért a filozófiánkkal, ezt veszi meg, és gyereke ízlése már ezen formálódik. A mi túró rudinkban nincs tartósítószer. Nagyon sokat küzdöttünk ebben a kérdésben, az élelmiszeripar részben egy biológiai háborúról is szól, ezért a gyártó inkább beleteszi a tartósítószert, és megnyugszik, hogy a termék kibírja egy hónapig is. Ennyi idő alatt pedig biztosan elkél. Én azt vallom, hogyha csak két hétig bírja adalékanyagok nélkül, akkor adjuk el két héten belül. Sokak piac változásai, a társadalom rezdülései mind érezhetőek. Nem nekünk kell kitalálni, kreálni valamit, hanem megérezni, felismeri ezeket a tényezőket, és reagálni rájuk. Minden adott: csodálatos alapanyagaink vannak, fantasztikus emberek jönnek szembe – persze tolvajok és csalók is –, a mi felelősségünk, hogy ezekkel jól bánjunk. Ez egy hihetetlen mátrix, ahol a minket érő hátrányos változásokat is túl kell élni anyagilag, erkölcsileg. Ha tehát az idő elhozza a lehetőséget a számunkra, akkor megyünk Ausztriába vagy akár Moszkvába is – addig nem.

Fehérváry Krisztina, Szentei Anna