Magyar Nemzet Hétvégi Magazin

Ember a tejúton – Hanthy Kinga, 2013.06.15.

Cserpes István a trappista, Mackó sajt vonalról, a munkatársi erkölcsről és a hullott szilváról.

Üzemének napi ezer tehén dolgozik, tejivóiba járni sikk lett a fiatalok körében, a magyar háziasszonyok pedig zokszó nélkül mennek vissza a friss kefirért. Cserpes István több mint húsz év alatt építette fel vállalkozását, de sikeréhez kellett az is, hogy ismét divat legyen a magyar.

- *Szívesen mondja: merünk tejből tejet készíteni. Miért, a többiek miből csinálják?*

– A többiek is tudják, hogy abból kellene, de mert a kereskedelem zsákutcába kergette az élelmiszeripart, már nem engedhetik meg maguknak. Ma már nem élelmiszeripar, hanem élelmiszer-vegyipar van. Örültünk, hogy jön a multi, hogy nálunk is lesz sokféle és olcsó áru, de túl nagy árat fizettünk érte. Nemcsak mi, hanem az egész fejlett világ. Nézze meg, hogy néznek ki a mai gyerekek a fejlett országokban! Miket esznek? A kereskedelem igénye volt, hogy legyen olcsó az élelmiszer és főleg legyen tovább eltartható. Hát lett. Írja le nyugodtan, a Cserpes-tejtermékek a szavatossági idő után meg fognak romlani, de ha nincsenek megfelelően tárolva, ha nem elég hideg a hűtő, akkor még előbb is. És érdekes módon ezt az emberek megértették, elfogadták. Hiszen ahogy Pelikán elvtárs mondta: az a gyanús, ami nem gyanús. Vagyis ha a mi termékeink nem romlanának meg, az lenne a baj. Itt ülünk most a tejivóban. Sütik a kakaós csigát, és az bizony három óra múlva már hideg, és nem olyan finom, mint frissen. De ez a normális. A vegyipar nem élelmiszeripar. És a gagyi nem is olyan olcsó, mint amilyen hitvány.

– Az első tétel tehát, hogy minden legyen az, ami. De azért ahhoz, hogy divat legyen a Cserpes, kellett az is, hogy a magyar vásárlók – meglepően rövid idő alatt – elkezdtek a hazai termékek felé fordulni. Ez az ön szerencséje is.

– Én sem hittem el, hogy ez ilyen gyorsan bekövetkezik. Amikor nemrég átvettem a kisalföldi Presztízs díjat, nemcsak az adományozóknak, hanem a vásárlóknak is megköszöntem. Hogy ebben a manipulált világban felismerték, valami történt körülöttük. Nem érdekli már őket a reklám. Ahhoz, hogy a tejivóinkat megnyithassuk, előbb szükség volt annak a kritikus tömegnek a kialakulására, amelyik eltartja. Valóságos csoda, hogy amit dollármilliókból reklámokkal évtizedek óta építettek, azt itthon pár hónap alatt sikerült lerombolni. Mi ez, ha nem a választás szabadsága, és annak a jele, hogy az embereknek elegük van abból, hogy folyton befolyásolni akarják őket? Ez a ByeAlex-jelenség. Fricska: hagyjatok békén bennünket, majd eldöntjük, hogy nekünk mi tetszik.

– A ByeAlex-jelenségben személyesen is érintve volt, hiszen a lánya, Laura is indult a dalversenyen.

– És nagy örömünkre bejutott a döntőbe, a közönség bevitte. Fiatal még, csak jobb lehet.

– Öt gyermeke van, vagyis alakul a Cserpes-dinasztia. Tudja már, kit ültet a székébe?

– Csak sejtem, melyikük lesz rá alkalmas.

– Mindent egymaga épített fel. Nem tart attól, hogy mindazt az önmérsékletet és tudatosságot, amire szüksége volt ehhez a sikerhez, nem fogja tudni kifejleszteni a gyermekeiben? Önnél kevésbé módos emberek is beleesnek a gyermekkényeztetés hibájába.

– Nagyon vigyázunk a feleségemmel arra, hogy ne legyenek belőlük gazdag gyerekek. Nyolcéves kisbusszal járunk, normális családi házban élünk, nincs úszómedencénk sem, nemhogy lovunk vagy golfpályánk. A gyerekek mindent megkapnak, amire szükségük van, de a pazarlást utálom. Nincsenek extrém igényeik, erre nem is kapnak példát, de megvesszük nekik a jó minőséget. Nyújtózkodhatnék messzebb is, de nem teszem.

– Kapuvár a Cserpes-birodalom központja. Hogy került oda?

– Kapuvári gyerek vagyok, a feleségem debreceni. A szüleim parasztemberek, tehát azt tudtam, hogy belőlem nem lesz esztergályos, mert mindig a mezőgazdasági munkát láttam magam körül. Először tejipari technikusnak tanultam, aztán a Műegyetemen elkezdtem az élelmiszer-gépészetet, de megismertem a feleségemet, összeházasodtunk, elmentem levelező tagozatra.

– Világos, tiszta pályaválasztás.

– Bár a tejiparban dolgoztam mindig, nem vettem komolyan a tejet. A csornai tejüzembe kerültem, tehát az ipari termelésbe, aztán 1991 áprilisában hoztuk létre a saját céget. Ehhez kellettek a politikai és jogi változások, hiszen korábban elképzelhetetlen volt az élelmiszer-kisipar. Nem lehetett belekezdeni, mint a fodrászatba, hogy kibérelek egy üzletet, és működöm. A tejipar addig közelebb volt az nagyiparhoz, mint a kézművességhez. De mi elterveztük, hogy kézműves sajtokat készítünk, és ki fogunk lógni a trappista, Mackó sajt vonulatból. Két hét alatt kiderült, nem fog menni. A minőségből, gondosságból, nagy választékból nem lehetett megélni. Ám nem hagytuk abba, hanem beálltunk a sorba. Akkoriban még nem volt divat a piacozás, mint ma, hogy a kis kézművesműhelyek ott árulnak. Tehát elindult és megyegetett a kis sajtüzemünk a két-háromféle sajttal. Egy vállalkozás életében mindig vannak ilyen időszakok. Látszólag nem történik semmi, de érik a helyzet, aztán az ember megérzi, hogy mikor kell ugrania. Ez a vállalkozói lét evolúciója. Bill Gates a hetvenes években nem hitte, hogy a számítógép valamikor tömegáru lesz, de azért tovább dolgozott rajta, aztán egyszer csak felismerte a nagy lehetőséget. Ez persze csak akkor lehetséges, ha az ember nem adja fel, és van a cégében potenciál is.

– Mi a Cserpes-evolúció lényege?

– Az első ugrás az a felismerés volt, hogy gyárthatunk a piacra olyan terméket, ami nem létezik. Egy ömlesztőüzemben láttam meg alapanyagként a ricottát, ami savóból készült.

Savóm nekem is volt, gondoltam, főzzünk belőle ricottát. Még mindig többet kapunk érte, mintha kiöntjük vagy fillérekért eladjuk, és megy a disznóknak. A napi harminc-ötven kiló ricottából már lett pár tízezer forint nyereségünk. És így tovább. Egyik tégla a másikra. Kapuvári üzemünk előtt tejivót nyitottunk, ahol a saját termékeket és saját gyártású süteményeket árultuk. Jól ment. Mondták az asszonyok az üzemben, tegyünk a túró helyett ricottát a túrós batyuba. És kiderült, hogy jobb, mint a túró. Elkezdtük kínálni a pékeknek. Két év alatt a napi ötven kilóról felmentünk háromezerre, a csúcs napi öt tonna volt. És olyan terméknek teremtettem piacot, amelyik előtte nem létezett. Évekig piacvezető voltam vele, és ez lökést adott az üzemnek. Tehát nem valamiféle amerikai újítást honosítottam meg, hanem a magam ötletét, amely bevált.

– Mindig jól döntött?

– Az ember sokszor dönt rosszul, kérdés, hogy túléli-e. Az emberekkel, a közvetlen munkatársakkal nagyon be lehet fürödni. Az alkalmatlan, sőt gonosztevő emberekkel. Kétszer kerültem miattuk olyan nagyságrendű pénzügyi krízisbe, amelyből alig tudtam kikecmeregni.

– Meglopták, becsapták?

– Méghozzá a belső bizalmi embereim. Ezzel az egész ipar küzd, nagy gond van az alkalmazottakkal, a hűségükkel, az erkölcsükkel. Hiába van valaki megfizetve, ha lopni akar, akkor lop. A második esetben konkrétan bűnöző hajlamú emberekkel hozott össze a sors. A társadalomnak ezt az állapotát látva nem csodálkozom azon, hogy a multik milyen gyanakvóan bánnak a magyar munkavállalókkal. Túl leleményes a mi népünk.

– Nem jön rá, ha átverik?

– Az ember sokszor vak. Úgy van, mint a felszarvazott férj. Hiába tudja már mindenki a faluban, és mondják is neki, hogy megcsalják, csak nem hiszi el. Hajlamos olyan tulajdonságokkal felruházni magában a másikat, amelyekkel az nem rendelkezik. Nem szívesen ismerjük be, hogy tévedtünk. És a csalódás iszonyú károkat okoz nemcsak a cégnek, hanem az ember lelkében is.

– Beszéljünk vidámabb dolgokról, például a sikerről. Számított rá, tudta, hogy ennek a tejből tejet módszernek be kell jönnie?

– Nem lehet azt megmondani, hogy mi a siker titka. Szerintem az, hogy az emberek megérzik, ha valaki adni akar nekik. Nem lehet azt modellezni, csak utólag lehet magyarázgatni, mi mitől válik trendivé. Nyolc éve a padlón voltunk. Jött az uniós csatlakozás, a rossz állami beavatkozás, a ricottaüzlet kifáradt, és akkor azt gondoltam: nem azért jutottunk el idáig, hogy megszűnjünk! Lépni kellett. És 2005-ben megszületett a Cserpes-sajtműhely, akkor kezdtük el készíteni ezeket a mostani termékeinket. Addigra már a bolti joghurtot nem lehetett joghurtnak nevezni, úgy tönkretették, és normális ember azt mondta

rá, hogy abból inkább nem kér. A minőség döntés kérdése. Továbbá fontos szempont, hogy hajlandó-e a piac megfizetni a minőséget.

– Úgy tűnik, hajlandó. Még sorba is áll érte, sőt ha csak másnap lesz, még vissza is megy.

– Úgy látszik, két dolgot azért áthoztunk a szocializmusból, a hiányt és a sort. Az ember képvisel valamit, és erre nem azt mondják, hogy milyen pofátlanul drága, hanem elhiszik neki. Mi nem költünk reklámra, sem klasszikus kereskedelmi tevékenységre, maguktól keresnek meg minket a boltosok, hogy árulnák a termékeinket. Nem a marketingeseket, hanem a rendelést felvevő lányok számát kell folyton növelnem. Ez így megy két éve. A mi árunk nincs a multinál, nem is lehetne, hiszen nem mondhatom, hogy kérem, vigyázzon rá, mert megromlik. Ne rázza, ne forgassa. Ezt a nagyok nem engedhetik meg maguknak, náluk a termék az utolsó helyen áll. Ezért kellett saját boltokat nyitnunk, itt van egy éve a két tejivó is, és ahol igény van rá, ott majd lesz több is. De ezt mind magunk kell hogy csináljuk, ez franchise rendszerben nem működtethető.

– Hány embernek ad munkát? Azt nyilatkozta valahol, hogy négy asszony többet ér, mint egy gyártósor, mert nem hibázik, nem kell szervizelni, és a termék is jobb lesz.

– Kétszáznegyven alkalmazottam van, és közvetve még több ezer, hiszen napi ezer tehén tejét dolgozzuk fel, és szerződésben állunk gyümölcstermesztőkkel is. Józan ésszel egyébként is nehéz felfogni, hogy a boltban a polcon lévő lekvárok egy százaléka van gyümölcsből, az is francia, közben pedig a magyar gazda hagyja megrohadni a szilvát a fa alatt, mert pár forintért nem adja oda a feldolgozóiparnak. Úgy kell tehát megfizetni, hogy leszedje a gyümölcsöt. A kis epret is, mert lehet, hogy az a boltban nem mutat olyan jól, de sokkal finomabb, mint a nagy. Erre ma van kapacitás és van ember is az országban. Mindenki az alapanyagon spórol, pedig az emberek termelnének, csak nem éri meg nekik. A külföldi űrtechnológia nyomja le az árakat.

– Nem tart attól, hogy elszalad a ló, hogy már nem lesz olyan érdekes mindaz, amit most elmondott, a minőség, a vevő, a friss áru kockázata? És akkor a Cserpes is csak olyan lesz, mint a többi?

– Egy vállalkozó nem mondhatja azt, hogy állj, ennél tovább nem megyünk, de régen rossz, ha a cél a pénz. Ha már nincs elhívás. Nekem ez nem pénzügyi befektetés. Ha az lenne, akkor nyitnék száz lángossütőt, az is hozna ennyit. Lehet és kell is persze fejlődni, gépeket venni, és döntés kérdése, hogy a kakaós csigát gép tekerje-e vagy ember. Amilyet az ember teker, olyat a gép nem tud legyártani. Ez döntés, az enyém és a fogyasztóké. Hiszem, hogy ez a társadalom még egyszer nem esik abba a hibába, hogy tárt karokkal beengedi a szemetet, hogy az emberek öntudata fejlődik, a normális dolgokat fogadja el, nem a reklámoknak hisz, és erre tanítja a gyerekeit is.