



Zleva Pavel Doležal
a David Novák.

Maso ze sušičky

Nařezat, ochutit, usušit. A prodat. A být v tom největší v Evropě. To je plán potravinářského startupu Fine Gusto, výrobce sušeného masa z Pardubic, a jeho dvou mladých majitelů.

PAVEL P. NOVOTNÝ, FOTO: MICHAEL TOMEŠ

Jejich výrobky spolehlivě najdete v regálech většiny řetězců: od Albertu přes Tesco až po drogerie DM. Malé pytlíky se sušeným masem, označované jako jerky, různých chutí a s typickým čistým designem si nachází stále více Čechů. A chutě, tentokrát byznysové, rostou i dvojici podnikatelů Davidu Novákovi a Pavlu Doležalovi, kteří firmu Fine Gusto před třemi lety založili jako čísto-krevný startup na zelené louce.

Když se sušením masa začínali, bylo jim kolem pětadvaceti a s výrobou potravin neměl ani jeden nic společného. Dnes jim však masitý byznys každý rok roste o desítky procent, tržby se loni přehouply přes 20 milionů korun a aktuálně jejich výrobní linky opustí přes 150 tisíc balíčků jerky za měsíc.

Když se však vydáte na průzkum království, kde jejich masové „suchary“ vznikají, trochu znejistíte. Místo výrobního areálu někde na periferii vás totiž cesta zavede do nevzhledného hotelu Harmony z 80. let minulého století, nacházejícího se uprostřed panelákové zástavby v srdci Pardubic. Přesněji řečeno do tamní hotelové kuchyně.

„Na první pohled to vypadá všelijak, ale zdejší zázemí nám neskutečně vyhovuje,“ říká David Novák, mladší z dvojice, který má na starosti především obchod, zatímco jeho parťák Pavel Doležal se stará o provoz a výrobu.

Jeho slova vysvětlí až prohlídka zdejšího labyrintu trochu šedých

a někdy ponuře působících chodeb a obrovských mrazicích prostor hotelového zázemí. Na první pohled je jasné, že nejde o klasickou hotelovou kuchyni pro pár místních hostů.

„Odsud se totiž dříve zásobovaly mraženými obědy velké fabriky v okolí, hlavně chemičky. Třeba Babišova Synthesia. Denně zde vydali tisíce obědů. Zejména velké mrazáky se nám hodí pro skladování masa, což je pro nás logicky nejdůležitější surovina. Tuto část navíc hotel už nevyužívá a my jsme tu v dlouhodobém nájmu za velmi dobrých podmínek,“ vysvětluje a otevírá dveře do narvaného skladu, který prý hotelu dříve sloužil jako taneční sál.

Aktuálně má firma kolem 30 zaměstnanců. S administrativou pomáhá i Davidova maminka, ve výrobě kraluje zaučený tým Ukrajinek. Krátkodobí agenturní zaměstnanci se neosvědčili. „Nechodili do práce, dělali zmetky. Teď se snažíme držet stálý tým,“ vysvětluje provozní šéf Pavel Doležal.

Přestože atmosférou má Fine Gusto možná stále blíž k IT startupu než ke Kosteleckým uzeninám, strmý růst produkce může už brzy firmu vyhnat do většího. V roce 2015 společnost utřžila zhruba osm milionů korun, o rok později už to bylo přes 13 milionů. A loni bezmála dvojnásobek. „Loni jsme měli tržby kolem 25 milionů korun, myslím, že do hranice 60 milionů se sem ještě vejde. Už teď ale máme přichystaný projekt nové továrny, která

by měla vzniknout ve spolupráci s našimi investory,“ říká David Novák.

Areál by měl vzniknout u bioplynové elektrárny v okolí a jen půdorys budovy by měl mít zhruba tisíc metrů čtverečních, přičemž se počítá minimálně se dvěma patry. „Tady máme 1800 metrů, což je dost, ale je to špatně řešené. Je tu spousta zbytečných chodeb, my bychom ale potřebovali víc metrů ve skladovacích a výrobních prostorách. Novou továrnu si přizpůsobíme svým potřebám. Zároveň bychom tam spotřebovali zbytkové teplo. Dávalo by to smysl. Ale jsme teprve ve fázi vyjednávání o stavebním povolení. Areál by mohl stát do dvou let,“ dívá se dopředu Pavel Doležal.

Start firmy financovali z vlastních úspor z předchozích podnikání, dohromady dali několik milionů korun. Ale ve chvíli, kdy se to trochu rozjelo, přestaly stačit stroje a musely se investovat miliony korun do nového zařízení. I proto dvojice začala shánět investory. A tak pardubickou dvojici před více než dvěma lety finančně podpořili majitelé zemědělsko-energetické skupiny agriKomp Bohemia Martin Mrůzek a Radek Házy, za což získali třetinu firmy. Mohli tak nakoupit drahé sušicí stroje, řezačky a další potřebné stroje. A stejně tak by jim měli pomoci financovat výstavbu výrobního areálu.

„Jsou to super chlapi z Brna. Měli jsme štěstí. Sice tam není vlastně žádná obchodní synergie, ale zase je pro nás

cenný jejich nadhled, který k našemu snažení mají," říká mladší, zato upovídanější z majitelů David Novák.

Oba se bez patřičného vzdělání i zkušeností k výrobě masových pochutin dostali náhodou. David Novák vystudoval střední ekonomickou školu, místo studia na vysoké ale začal velmi brzo obchodovat na burze, což ho později přivedlo do Prahy. „Měli jsme vlastní fond. Zaměřovali jsme se na opce na akciové indexy. Byla to velká škola, ale psychicky náročná, nejde to dělat dlouho," naznačuje.

Pavel Doležal to na akademické půdě dotáhl dál – po sportovním gymnáziu studoval Českou zemědělskou univerzitu, obor dřevařské inženýrství. I u něj ale ve druhém ročníku zvítězila touha podnikat. Několik let pracoval jako poradce pro Partners, kde vedl tým 30 lidí. Také on po čase potřeboval změnu. Někdy v té době se potkal s Davidem, který se vracel do Pardubic, a začali vymýšlet, co dál.

„Oba jsme sportovci. David hrál hokej, já dlouho závodně vesloval. A právě jerky je ideální pro sportovce jako součást přípravy. Je to vlastně čistá bílkovina, perfektně vstřebatelná. Ale většinou je dost kořeněná, takže ho nejde sníst moc. Naše představa byla, že budeme dělat maso v biokvalitě, kterého se dá sníst hodně," popisuje první úvahy Pavel Doležal. Vedle toho ještě zkoušeli podnikat s rozvozem krabičkové stravy. To ale postupně opustili a zaměřili se výhradně na výrobu jerky.

„Je to lépe uchopitelný produkt, tak jsme do toho šlápli a pořídili první sušičky," dodává Doležal, který zastává také úlohu hlavního konstruktéra výrobních strojů.

Začátky byly krušné. „Naše očekávání byla hodně naivní. Tehdy jsme vzali Excel a začali násobit. Vypadalo to jako zlatý poklad. Říkali jsme si, že jestli prodáme 50 tisíc balíčků měsíčně, stěhujeme se na Bahamy. Teď jich prodáme přes 100 tisíc a už vidíme, že budeme muset dělat alespoň 200 tisíc,



abychom vůbec něco vydělali," směje se obchodní mozek projektu David Novák. Důvodem jsou vysoké investice do zařízení, které si startující výroba postupně vyžádala. Oba muži otevřeně připouštějí, že firma zatím příliš zisková není. V roce 2016 tvořil čistý zisk 390 tisíc korun, loni asi dvojnásobek.

„Naše konkurenční výhoda byla, že jsme si stroje dokázali dělat sami. Na začátku jsme oba v práci trávili sedm dní v týdnu a po nocích krájeli maso. Bylo šílené, jak rychle se realita projevila. Potřeba investic je obrovská," dodává Pavel Doležal, který už jako malý kluk kutil všechno možné. Jeho specialitou byly rakety, kterými jednou málem podpálil dům rodičů. O jeho stroje se už zajímají i jiné firmy, on se tím však nechce rozptylovat.

Oběma mladým podnikatelům kouká bedlivě pod ruce Veterinární správa, která v podobných provozech posuzuje vše a má právo firmu ze dne na den zavřít. „Když jsme za nimi poprvé přišli a popsali náš záměr, doslova se nám vysmáli. Ale pak viděli, že to myslíme vážně, a trochu nám i fandili. Není běžné, že je tu někdo, kdo zkouší rozjet poctivou potravinářskou výrobu od nuly. Nakonec nám hodně radili a dost pomohli," vzpomíná Novák.

Pro výrobu jerky se zde používají výhradně vybrané kusy libového masa od místních menších chovatelů. Suší

se pouze hovězí a krutí maso, které se nejdříve jemně nasolí (majitelé Fine Gusto si zakládají na tom, že množství soli v masu nikdy nepřekročí dvě procenta), ochutí, okoření a marinuje. Pak se několik hodin suší ve velikých sušičkách zhruba na 70 °C. Plátky usušeného masa následně ručně krájí na drobné kusy místní personál, ručně se i balí. Velkým prodejním šlágreem je teď třeba hovězí Trail Mix, směs hovězího masa, ořechů, semínek a ovoce.

Na začátku bylo obtížné vůbec výrobky dostat na trh. V hodně konkurenčním prostředí potravin, kde trendy udávají velké obchodní řetězce a velcí výrobci, je těžké se prosadit. Zlom přišel před dvěma lety dohodou se síť multikin Cinestar. Ta sušené maso od Fine Gusto poprvé zařadila do nabídky vedle popcornu a nachos. „Byla to od nich velká odvaha. Chtěli něco, co by odpovídalo zdravějšímu životnímu stylu. My jsme zase riskli, že jsme schopni množství vyrábět a dodat," popisuje Novák. Díky tomu firma získala první významnější referenci, která jí otevřela dveře i jinde.

Díky tomu následně přišlo Tesco a rovněž drogerie DM. Později Albert. Aktuálně jednají také s velkými diskontními řetězci, které bývají nejdrsnější vyjednavací. O přesných maržích a nákupních cenách pardubičtí podnikatelé nechtějí mluvit, z náznaků je

patrné, že řetězce jim příliš vydělat nechtají. „Ale jde o objem, díky kterému se nám začínou snižovat náklady. Výhodněji nakupujeme maso, rychleji se nám zaplatí stroje,“ vysvětluje Doležal. Větší marži by rádi získali přes vlastní e-shop, který ale zatím příliš nepropagují, nebo za hranicemi Česka, kde už dnes shánějí obchodní partnery.

Firma cílí na sportovce, ženy, ale se svou skladnou a vydatnou svačinkou by se chtěla uplatnit třeba v armádě, a to i mimo Česko. „Mezi běžnými zákazníky jerky stále nemá takové povědomí. Když jsme dělali stánkové prodeje, ukázalo se, že až 40 procent lidí vůbec neví, o co jde. Je kam růst,“ zamýšlí se David Novák.

Jeich vlastní značka tvoří 40 procent tržeb, zbytek jsou privátní značky pro partnery. „Umíme udělat hodně věcí na klíč, jsme flexibilní. Snažíme se

budovat obchodní kontakty, a hlavně distribuční síť, která se může využít i pro jiné produkty,“ naznačuje cestu Pavel Doležal. I když je firma rozjetá, stále je na začátku a majitelům zatím příliš komfortu do života nepřináší.

„Určitě tu máme lidi, kteří berou měsíčně víc peněz než my. A je to tak správně. Tuto fázi bereme jako cestu, kdy je potřeba peníze nechávat ve firmě. Výhodou je i náš věk, nemáme děti, stačí nám peníze na chleba. Přítelkyně samozřejmě někdy trpí,“ svěruje se David Novák, někdejší vicemistr republiky ve hře s pokemony.

Provozně by se firmě mělo lépe dýchat při obratu 40 milionů korun, což je meta, které by chtěli dosáhnout příští rok. Prodej společnosti většímu výrobci pro ně zatím není téma.

„Jsmo jednoznačně nejrychleji rostoucí startup s vlastní potravinářskou

výrobou v Česku, ale to je něco jiného než vyvíjet aplikaci. Nikdo vás zničehonic neocení na stovky milionů. Tyhle firmy se nedělají pro zlatý exit, musíte je rozvíjet roky. Zase jde o stabilní byznys,“ zamýšlí se David Novák. A jeho společník ho plynule doplní: „Zatím to cítíme tak, že firmě toho ještě můžeme hodně dát. Můžeme ji sami několika násobně zvětšit. Ale kdo ví, co bude, až narazíme na naše vlastní hranice,“ dodává Pavel Doležal. Prozatím je cílem být největší firmou svého druhu v Evropě, kde příliš výrobců jerky není. Většina konkurentů ho sem pouze vozí, například z Brazílie. „Dlouhá cesta přes oceán je ale na chuti a kvalitě znát, to se s našimi kousky nedá srovnat,“ uzavírá starší z dvojice, který příští rok oslaví třicátiny, a jde osobně zkontrolovat dodávku hovězího, jež právě dorazila. ⓘ

INZERCE

Banka roku 2017

kb.cz 800 521 521

SLUČTE SI ÚVĚRY DO JEDNOHO A PODNIKEJTE NAPLNO

♥ NABÍDKA PRO STÁVAJÍCÍ I NOVÉ KLIENTY KB

KONSOLIDACE PRO PODNIKATELE

- Efektivní správa firemních financí na jednom místě
- Kvalitní poradenství na míru

KB

REÁLNÁ BANKA PRO REÁLNÝ ŽIVOT