

■ Rozhovor

Káva i kakao prudce zdražily. O cenu už se nebojuje, jde o to, jestli zboží vůbec bude

Ondřej Charvát
ondrej.charvat@hn.cz



Byznys firem, které spoluvlastní mladý podnikatel Václav Durďák, se točí kolem surovin, jejichž cena za poslední rok na burze vystřelila prudce nahoru. Durďák vlastní dvě výrobní firmy na Uherskohradištsku – Čokoládovnu Janek a pražírnu Coffeespot. Zatímco loni na začátku října stála tuna kakaa 3300 dolarů, nyní osciluje kolem 8300. Bylo ale i hůř, na jaře cena vyskočila i nad 12 tisíc. Podobný příběh se za posledních dvanáct měsíců odehrál i u kávy, kdy jedna libra (zhruba 0,45 kilogramu) vyskočila z necelých 150 dolarů na 270.

Obě firmy navíc nepoužívají komoditní suroviny, ale výběrové. Ty jsou podle Durďáka ještě o 200 až 400 procent dražší. Nic navíc nenavědčuje tomu, že by cena obou surovin měla začít klesat. „Nechci ale brečet, nevyhlížím datum hrůzy, kdy obě suroviny v budoucnu ještě více zdraží. Dívám se na to pozitivně,“ říká v rozhovoru pro HN.

Cena kakaa je oproti loňsku mnohem vyšší. Jak se to promítlo do vašeho hospodaření?

Poměrně výrazně. V tříletém horizontu zdražila vstupní surovina našich čokolád čtyřnásobně. Ke kakau se nám letos promítly do hospodaření i vyšší ceny elektřiny, dlouhou dobu jsme je totiž měli zafixované na nízkých cifrách. V covidovém období jsme nemuseli zdražovat, když byla inflace za tři roky třicet procent, tak jsme zdražili pouze o pět. Sáhli jsme si do svého zisku. Věřil jsem, že letos už bude situace lepší, ale kakao nám vytřelo zrak. Myslel jsem, že jeho cena bude klesat, ale přišel opak. Nechtěli jsme zdražovat před podzimní a zimní sezonou, uděláme to tedy až v lednu.

Máte konkrétní příklady, jak se zdražení surovin projevilo?

Objevují se například sekundární problémy s cash flow. Držíme na skladech dvojnásobnou hodnotu, než jsme byli zvyklí, přitom množství toho máme vlastně stejně jako loni. A zásoby musíte z něčeho zaplatit. Na skladech v čokoládovně máme v surovinách 30 milionů korun, což je zhruba třetina ročního obrátu firmy. Sklady ale musíme mít plné, protože přichází naše hlavní sezona. V posledním kvartálu roku děláme tradičně polovinu ročních tržeb. Jsem ale za sklady rád, na trhu může nastat situace, že surovin bude nedostatek.

Do toho za poslední měsíce výrazně vzrostla i cena kávy.

Ano, je to bída. Cena kávy roste a bohužel kopíruje kakao. Má to několik příčin, které platí pro obě suroviny. Jednak jsou to environmentální záležitosti a mění se počasí, zadruhé do cen promlouvá zpřísněná nařízení Evropské unie o certifikaci lesů a šetrném odlesňování a hospodaření. To může způsobit menší sklízň, proto se evropští dovozci předzásobovali, aby měli plné sklady. Nikdo proto neví, jak káva bude v dalších měsících dostupná a o kolik ještě zdraží.

Je to vidět i v kavárnách, kde cena nápojů šla letos výrazně nahoru.

Je to tak, kavárny musí zdražovat, protože zdražují pražírny. Cena výběrové kávy a kakaa ale není navázaná na tu burzovní v absolutní hodnotě, ale navázané to částečně samozřejmě je. Obě výběrové suroviny jsou o 200 až 400 procent dražší než komoditní v základu. Když zdraží komoditní, tak zdraží i výběrová. V absolutní hodnotě sice zdraží o stejnou částku, ale tempo růstu stejné není – když komoditní zdraží o sto procent, tak výběrová o padesát. Snažíme se být proto co neefektivnější, i díky tomu jsme zdražení kávy zatím nemuseli promítat v plné palbě.

Jak to?

Musíme mnohem více plánovat nákupy surovin. S dovozci kávy jsme drželi kontrakty na čtyři až osm měsíců dopředu. Proto jsme ještě letos v červenci prodávali kávu zakou-

penou před tři čtvrtě rokem, nemuseli jsme tak pro zákazníky zdražovat. Další kávu jsme neobjednávali, protože jsme vyčkávali, jestli zlevní. Nestalo se, objednávali jsme tak drah. Například speciální vánoční kávu vybíráme mnoho měsíců dopředu, letos jsme se zdráhali potvrdit kontrakt, protože jsme čekali, že cena půjde dolů, ale nešla. Koupili jsme ji tak až v srpnu a stála nás dvakrát tolik co před rokem.

Takže vyčkávací taktika se nevyplatila.

Ani u jedné komodity. Loni jsem byl bytostně přesvědčený o tom, že cena kakaa sice už nikdy nepůjde pod dva tisíce dolarů za tunu, ale že nemůže stát sedm, osm nebo dvanáct tisíc. Chyba. V dubnu jsme přijali suroviny z posledního kamionu, který jsme objednávali loni. Hned v květnu jsme objednávali další a cena byla o 70 procent vyšší než ta, která nám dorazila v dubnu. Vždy jsme s dodavateli bojovali o cenu. Teď o ní vůbec není řeč, je jasně daná. Ale bojovali jsme o to, jestli zboží vůbec budeme mít, nebo ne. Je to netržní pozice.

Od covidu mi nic nedává smysl. Věci, kterým jsem věřil a fungovaly, tak už neplatí. Dříve jsme uměli lépe plánovat, kalkulovat a déle držet ceny. Nyní je to náročnější. Čekám, co udělá podzim, kdy začneme prodávat kávu nakoupené za vyšší ceny. Nechci ale brečet, nevyhlížím datum hrůzy, kdy obě suroviny ještě v budoucnu více zdraží. Dívám se na to pozitivně.

Jak?

Dělá mi radost, že jsme letos rozjeli v obou firmách řadu změn. V Jankovi jsme vyrostli na 50 zaměstnanců. Z malé firmičky, tedy takového výrobního start-upu, budujeme něco většího, s pořádnou firemní strukturou. Už nenosíme všechna data v hlavě nebo v Exce-

lu, máme nový informační systém, pořádnou skladovou evidenci, měsíční reporty hospodaření... Ušli jsme letos větší kus cesty, než jsem původně očekával. V obou firmách vyrábíme velké množství výrobků, každý má jinou trvanlivost, každý výrobek má jiné složení, jinou techniku příprav, jde o ruční výrobu...

A doteď jsme vše měli maximálně v Excelu, nyní má každý dělník čtečky a o každém výrobku ihned víme, kde leží. To je obrovská změna. Přijímáme nové lidi na pozice normářů, plánovačů výroby, kvalitářů. Už to není jen o majitelích, kteří musí kontrolovat, zda vše funguje. Nemíříme na miliardy, budujeme rodinné firmy, které jdou utáhnout v rodinném kolektivu, i když chceme mít profesionálnější management.

Skončíte letos v zisku?

Ano, v obou firmách. Chtěli bychom na tom být stejně jako loni, možná o deset procent lépe. I proto stavíme novou výrobní halu. Byla by sebevražda se do stavby pouštět, kdyby nad námi visel meč v podobě ztráty.

Jak jste se stavbou továrny daleko?

V září jsme začali stavět. Srovnávala se zemina, měsíc zaberou základy, další dva měsíce betonové konstrukce a po Novém roce by mělo přijít na řadu opláštění. Následně se vrhneme na interiéry a v srpnu dalšího roku by mělo být hotovo. Už se na to těším, nechal jsem v přípravě haly tři roky života. Přesunou se tam obě firmy, nejdříve kanceláře a expedice, následně i obě výroby. Coffeespot má sice vlastní halu, ale vyrostl z ní, čokoládovna je v nájmu.

Jak se bojuje v době zdražování o zákazníka? Nevidíte na tržbách, že by se z vaší výběrové čokolády, kdy tabulka stojí přes sto korun, přesouvali k těm levnějším ze supermarketu?

Ne. Pohnutky zákazníků, proč si naši čokoládu kupují, zůstávají stále stejné. I v dnešní době zabírá, že jsme česká rodinná firma, která vyrábí ručně, a ví se, kdo za ní stojí. Lidé u nás nenakupují jen kvůli kvalitě. Naše čokoláda končí většinou jako dárek nebo když si chce jednotlivec sám udělat radost. Je rozdíl, když spěcháte a máte chuť na něco sladkého a v obchodě skočíte po obyčejné čokoládě ve slevě, než když zvažujete, čím blízkého obdarovat, nebo když si chcete opravdu pochutnat. Určitě ale neplatí, že ten, kdo kupuje Milku, tak nekupuje nás a obráceně. Někdy také jdete na fine dining, někdy si dáte fastfood.

V Česku je stále více malých pražírén, až situace připomíná situaci z předešlých let, kdy v zemi začala vznikat spousta minipivovarů. Je tu klientela pro tolik pražírén?

Myslím si, že ano. Ale záleží na očekávání majitelů. Kávu pije skoro každá domácnost, takže tu prostor je. Každý z toho ale určitě nevybuduje stomilionový byznys, ale je možné, aby se hezky uživil poctivou prací a dělal dobrý produkt. Jen nesmí mít velká očekávání. Těžko se mi to hodnotí, Coffeespot je po třinácti letech dávno za tímto horizontem. Najímáme výborné lidi, posouváme se a zákazníci nás znají. Začínal bych ale dnes s pražírnu? To nevím. Nyní trend kopírují i malé čokoládovny, před pár lety jich tu bylo zásadně méně.

Vyjste vždy dodávali spíše koncovým spotřebitelům než do kaváren. Mění se to?

Ano. Zatímco dodávky do domácností nám rostou o patnáct procent, kavárny o sto. Poměr je nyní 25 procent pro kavárny, 75 procent do domácností. Máme nového obchodáka pro výběrové kavárny, pražské kavárenské scéně známého Jiřího Mahra, který založil vinohradský Coffee Room, vedl podniky i v Brně a Londýně a nyní má bistro v Mikulově. I díky němu jsme nyní v takové pozici, že musíme některé kavárny odmítat.



Václav Durďák spoluzaložil Čokoládovnu Janek v roce 2015. O sedm let později od svého kamaráda Jiřího Plška odkoupil společně s dalším podnikatelem pražírnu Coffeespot. Foto: HN – Jiří Zerzoň