



Jernej Zupančič Cleangrad, d. o. o.

**»V našem podjetju je umetnost
sodelovanja razumevanje
tako zaposlenih kot kupcev in
dobaviteljev.«**

Kaj bi izpostavili kot svoj največji uspeh?

To, da delamo za podjetje Pfizer, je moj največji uspeh. Da sem uspel prepričati Pfizer, da smo po dveh letih dobili termin za sestanek in leta 2005 so začeli delati z nami. To je bilo prelomno za celotno podjetje, ker smo prišli do največjega farmacevta.

Če delaš za največjega, lahko delaš za vse.

Kako je sploh prišlo do sodelovanja s Pfizerjem?

Delali smo v eni od ulic v Belgiji, kjer so locirana takšna podjetja. Na nasprotni strani ulice je bil Pfizer. Mojega zastopnika sem ves čas nadlegoval, naj se dogovori za sestanek. Rekel je, da to ne gre kar tako; Pfizer je tisti, ki te povabi.

In povabilo je bilo izrečeno.

Nadaljevali smo z našim delom v Belgiji, Pfizer pa je poslal inženirja, da preveri naše delo. Takrat je bila Slovenija še precej neprepoznavna. Zamenjevali so nas s Slovaško. Nato sem dobil klic od svojega zastopnika, da imam sestanek v Pfizerju. Trajalo je dve leti, da sva dobila termin.



Na Pfizer sem prišel z vzorci in naučen, kaj bom povedal. V sobo je stopil gospod v belem plašču. Imel je štoparico in rekel mi je, da imam 10 minut. Povedal sem, kaj delamo, kaj so naše prednosti. Čez en mesec so me znova poklicali na sestanek in zgodba se je ponovila; ista soba, isti človek s štoparico in znova mi je dal 10 minut. Nato smo dobili povpraševanje. Oddali smo ponudbo. Sprejeli so jo.

Sodelovanje je bilo torej zapečateno?

Postopek je trajal še pol leta. Nato pa so rekli, da hočejo videti še naše podjetje. Pomislil sem, da je konec, ker je bilo naše podjetje takrat, kar zadeva delovne prostore, v bolj slabem stanju. Naš konkurent pa je imel vse opremljeno v steklu in zaposlenih 40 ljudi. Vse je bilo avtomatizirano.

Iz Pfizerja so prišli k nam na obisk in si vse ogledali. Nato so rekli, da ravno to iščejo, majhno in fleksibilno podjetje. Podpisali smo pogodbo in tako smo začeli. To je res uspeh, da s tistim malim, kar imaš, prepričaš takšnega giganta. Danes sva kolega tudi z gospodom, ki je imel štoparico v roki.

Kako ste se sploh odločili za ustanovitev podjetja v gospodarsko zelo zahtevnih časih?

Bilo je težko, ker je bil ravno čas privatizacije. V podjetju, kjer sem delal, je bil eden od programov čisti prostori. Vodil sem ekipo 20 ljudi. Ko je lastnik prišel ocenjevati menedžment podjetja, so ugotovili, da ne spadam vanj, ker sem trdil, da so čisti prostori dodana vrednost.



99,3 %
prihodkov, ustvarjenih
na tujih trgih

20 %
rast izvoza letno

Direktor je sicer rekel, naj ne zapustim podjetja, a sem se odločil, da odidem, čeprav nisem vedel, kaj bom počel. Dobil sem sicer ponudbe za delo, vendar sem si vzel en mesec za premislek. S še nekaj nekdanjimi sodelavci smo se odločili, da gremo na svoje in tako smo začeli. Bilo je težko, vendar sem našel partnerje, ki so verjeli v nas in so investirali. Začeli smo z delom. Verjeli smo v svoje delo in uspelo nam je.

S svojimi produkti ste torej prepričali farmacevtskega giganta. Kateri vaš produkt bi izpostavili kot najboljšega?

Če gledamo kot produkt celoten čisti prostor, potem so naša vrata specifična. Vgrajen imajo magnet in so res uporabna za prostore, kjer mora biti sterilnost 99 odstotna, recimo tam, kjer delajo cepiva. Drugi del so naši monterji, ki delajo s srcem in znajo delati. Vedno smo mi tisti, ki poskrbimo za montažo. Vedno, ko prodamo produkt, poskrbimo tudi za montažo.

Na področju farmacije, kjer med drugim tržite svoje produkte, je veliko denarja in posledično veliko konkurence. Kdo je vaš največji tekmelec?

Imamo veliko tekmecev v Nemčiji, Italiji, Belgiji, Švici. Gre za manjša in večja podjetja od nas. Prednost, ki smo jo pridobili je, da smo v zadnjih letih zrastle na okrog 100 ljudi in se lahko potegujemo za resne,

velike projekte. Zanimivo je, da se na začetku srednji in veliki tekmeči niso zanimali za nas. Menili so, da dobivamo le majhne projekte, potem pa smo predlani dobili velik projekt. Naredili smo mali bum v Belgiji in tekmeči so postali pozorni na nas.

Kaj pa štejete za svoj največji spodrseljaj? Kaj ste se naučili iz tega?

Na začetku smo imeli zastopnika in kmalu je prišlo do konflikta, ker smo izgubili enega od poslov. Šel sem do kupca in ga vprašal, zakaj smo izgubili posel. Povedal mi je, da smo ponudili previsoko ceno. Povedal sem mu, da to ni cena, o kateri smo govorili z našim zastopnikom in vprašal sem ga, če mu lahko damo novo ponudbo. Privolil je in dobili smo posel.

Takrat sem se odločil, da vedno vprašam, kdo je končni kupec in oblikujem ceno glede na to. Hočem, da končni kupec dobi ceno, ki jo jaz določim, kar pa se tiče stroškov posredovanja, je stvar našega dogovora.

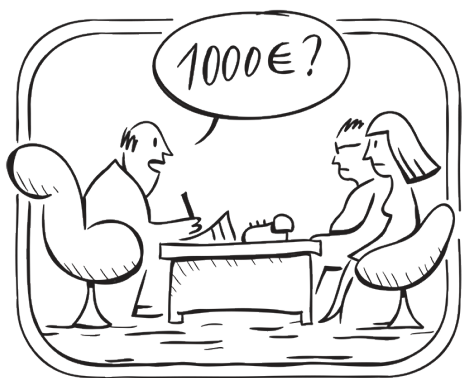
Kdo je vaš največji vzornik in zakaj?

Težko vprašanje. Nimam nekih konkretnih vzornikov. Seveda je nekaj zelo dobrih gospodarstvenikov v Sloveniji, ki jih spoštujem. Rekel bi, da so mi vzor tisti, ki so na podoben način kot jaz ustanovili podjetje, ki so začeli iz nič. Spomnim se, da sva se v času ustanavljanja prvega podjetja pogovarjala z ženo, ali naj investirava 1.000 evrov, pa še te bi si morala sposoditi.



10,4 %
letna rast
dodane vrednosti

20,9 %
rast povprečne
dobičkonosnosti kapitala



Vam ostane kaj časa za hobije?

Prejšnji teden sem smučal z družino. Navdušil sem vse tri, kljub temu, da je žena s Prekmurja in prej ni smučala. Tudi obe hčerki smučata zelo dobro. Moj hobi je tudi kuhanje, zlasti za vikende. Soboto in nedeljo sem prost, od kar sem dobil otroke. Prej sem delal tudi med vikendi, zdaj pa si vzamem prosto in rad kuham.

Potem svojo najljubšo hrano pripravite kar sami?

Moja najljubša hrana je jagnjetina, ki jo speče moj svak, pa tudi vse ostalo. Kar pa se pijače tiče - vino od tasta, pa tudi res dobra vina z naše Primorske. gg



Utemeljitev

Podjetje Cleangrad, ki je v slovenskem, švicarskem in avstrijskem lastništvu, je Jernej Zupančič soustanovil leta 2002. Družba je proizvajalec certificiranih čistih prostorov za farmacevtsko, kozmetično in prehrabeno industrijo ter bolnišnice. Skoraj 100 odstotkov produktov izvozijo na tuje trge, pri čemer beležijo kar 10 odstotno letno rast.

Gre za trge Belgije, Nizozemske, Avstrije, Srbije, Švice in Rusije, kjer dosegajo celo višje cene od konkurence. Med njihove kupce sodi sedem največjih farmacevtskih družb, tudi Pfizer. Z nekaterimi farmacevti delajo že vrsto let.

Visoke investicije v nove tehnologije, opremo in izboljšave proizvodov prispevajo k doseganju rezultatov, ki jih uvrščajo med najboljše v panogi, tako glede EBIDTA marže kot dobičkonosnosti kapitala. Podjetje dosega visoko dodano vrednost in ima nizko zadolženost.

Uspehe Cleangrada potrjujejo tudi tuji certifikati, kot sta avstrijski certifikat SCC - Safety Certificate Contractors in Health and Safety Award Pfizer 2016 ali »Zero Incidents« podjetja Janssen Biologics.

K rezultatom doprinaša lastna razvojna skupina, ki se nenehno povečuje, ter število zaposlenih, ki se je v zadnjih štirih letih skoraj podvojilo. Tako zaposleni kot direktor so ponosni predvsem na svoje delo in dosežene rezultate.

Sveži podatki za 2016:

- čisti prihodki: 9.943.492 €
- čisti dobiček: 620.390 €
- število zaposlenih: 97
- dodana vrednost/zaposlenega: 37.913 €

10 let
partnerstva s Pfizerjem

20
dodatnih zaposlitev
letno v zadnjih dveh letih

podatki
so zajeti
iz obdobja
2013 do 2015