

Predsjednik Uprave Varteksa ujedno je hodajuća reklama za Varteksova odijela



IVAN PERKOVIĆ

Novi šef Varteksa web-trgovinom želi privući kupce mlađe generacije

Ideja novoga čelnog čovjeka varaždinske tekstilne kompanije jest oživiti Varteksov brend te približiti kvalitetnu izradu odjeće modernih krojeva i mlađem kupcu iz poslovnog miljea

piše **TIN BAŠIĆ**
tin.basic@lider.media

U skoro će u javnosti početi kampanja kojom se Varteks želi predstaviti u novom svjetlu, kojom se želi oživiti brend varaždinske kompanije. Prije dva mjeseca pokrenuta je web-trgovina koja ostvaruje promet prosječne Varteksove prodavaonice. Standardiziraju se i prodajna mjesta, želi se Varteks približiti mlađoj generaciji. A sve to radi se i radit će se pod novim vodstvom.

Ivan Perković od prošlog je tjedna novi predsjednik Uprave Varteksa, gdje je zamijenio **Zorana Košćeca**. Nakon trinaest godina na čelu Varteksa Košćec je preuzeo ulogu savjetnika za strateške projekte u kompaniji. Perković, dugogodišnji nogometni sudac, menadžer koji se za razliku od mnogih menadžera svoje generacije dugo zadržava u istoj kompaniji, kažu nam njegovi donedavni suradnici, sposoban je i stručan.

Fakultetska iluzija

Svi ti epiteti kojima smo nakitili lik i djelo Ivana Perkovića ne proizlaze iz naše želje da uljepšamo

njegovu karijeru, nego iz njegova dosadašnjeg rada. Varteks je, naime, tek treća kompanija u kojoj taj 40-godišnji menadžer radi. Prvi njegov posao bio je u PricewaterhouseCoopersu (PwC). Počeo je kao član tima, pripravnik.

Inače, spomenimo da mu je hobi čak sedamnaest godina bilo suđenje nogometnih utakmica. U tom je razdoblju, do 2014., sudio više od tristo utakmica u svim ligama za sve dobne skupine, a posljednjih godina i u Drugoj nogometnoj ligi. Kaže da mu je to iskustvo uvijek pomagalo u poslu s obzirom na to da je naučio brzo odlučivati, biti koncentriran na mnogo aktivnosti te procjenjivati

1978.

rođen u Rijeci, gdje je završio i školovanje, uključujući Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci

2003.

zapošljava se u PwC-u, isprva na poziciji člana pa voditelja tima; 2009. unaprijeđen je na položaj menadžera, nakon čega je upravljao projektima dubinskog snimanja poslovanja

2010.

prešao je u RALU Logistiku; do 2013. bio je projektni menadžer i direktor RALU-a Slovenije, zatim član Uprave za financije, a 2016. postaje predsjednik Uprave

2018.

u srpnju dolazi u Varteks kao član Uprave za financije i restrukturiranje, a od kraja rujna je i predsjednik Uprave

je kroz vrlo teško razdoblje. Nestale su mnoge velike tvrtke koje su bile pojam prije dvadeset-trideset godina, a u posljednjih desetak godina broj zaposlenih smanjen je za pedesetak posto. Sâm Varteks bio je u velikim problemima, završio je u predstečajnoj nagodbi, zbog čega je bivša uprava morala prodati vrijedne nekretnine, primjerice robnu kuću na Trgu bana Jelačića u Zagrebu. U tim je godinama Varteks prestao proizvoditi i poznate trape-rice marke Levi's, no to je, kažu nam, bila posljedica Levi'sove strategije da proizvodnju posve preseli na Istok, a Varteks je zapravo bio posljednji europski proizvođač.

Skriveni dragulji

– Problem je što među našim proizvođačima i dalje dominiraju nedovoljno plaćeni 'lohn' poslovi za strane partnere, što onda rezultira i niskim, demotivirajućim plaćama. Osim toga, rijetki se odlučuju ulagati u razvoj vlastitog brenda uz povećanje poslovne sofisticiranosti – kaže nam Perković signalizirajući smjer kojim će Varteks ići.

Ciljano će se fokusirati na kupca. Uz dosadašnje tradicionalne kupce žele pridobiti i mlađu populaciju iz poslovnog miljea. Razvijat

će vlastiti brend i modernizirati proizvodnju te uvesti nove modele. Žele se u kontaktu s potrošačem koristiti tehnologijom kako bi unaprijedili uslugu i osigurali jedinstveno korisničko iskustvo.

– Među skrivene dragulje uvrstio bih kvalitetu Varteksovih proizvoda, odnosno tkanina i radnih procesa. To dio kupaca zna, no uvjeren sam da se ne govori dovoljno o tome. To je kupcu iz poslovnog miljea danas izrazito važno. Također ne treba zanemariti stogodišnju tradiciju poslovanja tijekom koje je Varteks stekao neprocjenjivo znanje i iskustvo u izradi klasične odjeće. Važni su i zaokruženi proizvodni proces te lanac prodajnih mjesta, što znači da možemo kontrolirati velik dio poslovanja i u budućnosti reagirati na potrebe kupaca – kaže nam novi Varteksov direktor, napominjući da nam kako se u kratkom roku u biznisu malo toga može napraviti.

– Istina je da se na početku mogu vidjeti manji pozitivni potezi, no mene takve stvari ne zadovoljavaju, a za ključne treba vremena. Neke stvari na kojima sada radim u Varteksu vidjet će se vrlo brzo, no one ključne, koje nose promjenu koju svi priželjkujemo, vidjet će se za šest mjeseci ili godinu dana. A to je

tek prvi korak u priči koja je pred nama – uključuje Perković.

Njegovi su prvi koraci osigurati održivo poslovanje. Istodobno se pokreće više projekata: jedan od prvih odnosi se na osiguranje velike uštede u nabavi i potrošnji energije, što će biti vidljivo za dva mjeseca, ali više u poslovanju cijele sljedeće godine.

Prodaja neoperativne imovine

Uz to želi Varteks osloboditi težine neoperativne imovine izvan Varaždina koju nosi na svojim leđima kako bi se omogućile investicije u tvrtkin rast i razvoj. Usredotočit će se i na modernizaciju proizvodnje te produktivnost uz održanje kvalitete, što je, smatra Perković, jedna od prednosti koje Varteksovi kupci percipiraju. Posvetit će se i proširenju suradnje sa stranim partnerima. Prvi koraci u tome čine se upravo ovih dana, a učinci će biti vidljivi početkom sljedeće godine. Perkovićeva je ideja oživiti Varteksov brend i približiti kvalitetnu izradu modernih krojeva i mlađem kupcu iz poslovnog miljea.

Uz menadžerske vještine možda mu u tome pomogne i dobro snalaženje (barem amatersko) u manekstvu, što je pokazao pozirajući u Varteksovu odijelu našem fotoreporteru. ■

PLANOVI Unatoč tome što je varaždinska kompanija u posljednjih dvanaest godina izgubila dvije trećine godišnjeg prihoda, a dobit zadnji put zabilježila još 2013., Perković smatra da Varteks ima velik potencijal. Među skrivene dragulje uvrštava kvalitetu tvrtkinih tkanina, radni proces te stogodišnju tradiciju poslovanja tijekom koje je Varteks stekao neprocjenjivo znanje i iskustvo u izradi klasične odjeće. Ipak, pred njim zacijelo nije lak put – brend treba iznova razvijati

➔ vati ljude i njihove reakcije. Na početku karijere Perković se kao i mnogi s tek dobivenom diplomom suočio s okrutnom stvarnošću. – Zaboravio bih prvu godinu radnog staža jer sam se tada preselio u drugi grad i u interakciji s kolegama shvatio da moja fakultetska iluzija da mnogo znam nije baš utemeljena u praksi – kaže Perković.

Poznanstvo s Nenadom Bakićem

Najviše pamti prvi veliki projekt u PwC-u kad su za velikog klijenta dubinski snimali veliku hrvatsku kompaniju radi potencijalne akvizicije. – To mi je bio 'wow' trenutak, nešto o čemu su mediji pisali, a bilo je, nedvojbeno, korisno za gospodarstvo. Tada sam uvidio kako uigrani tim može napraviti odličan rezultat – kaže nam Perković. Kad smo ga pitali da izdvoji najsvjetliju točku svoje karijere, nije mogao dati jasan odgovor. Kaže da bi, sigurno, netko rekao da je to bilo čelno mjesto u RALU Logistici, no smatra da je teško izdvojiti jedno postignuće i da konačni uspjeh u poslovanju tvori niz pažljivo isplaniranih i naposljetku realiziranih koraka. – Za mene su svijetli svi trenuci kad sa svojim timom 'zabijem gol' i napravim pomak s pozi-

tivnim učinkom. Naravno da u poslovanju nailazite na negativne trenutke i razočaranja, ali to je samo put do konačnog rezultata – naglašava Perković pomalo nogomentim rječnikom. U RALU Logistiku dolazi gotovo godinu dana nakon tvrtkina osnivanja, u trenutku kad se širila i razvijala u svim segmentima poslovanja. – Bilo je tu dosta posla u postavljanju i definiranju procesa te optimiranju financiranja i konsolidiranja izvještaja, najprije u fazi dok se etablirao transport, a i poslije, kad je kompanija proširila poslovanje na segmente mikro distribucije i logistike – prisjeća se Perković.

Nakon četiri godine na funkciji direktora financija i onda člana Uprave za financije postaje tvrtkin čelni čovjek. Tada je RALU Logistici trebalo svojevršno razvojno restrukturiranje, a Perković je s timom radio ponajprije na akvizicijama kupaca povezanih sa skladišnim i distributivnim poslovanjem te na podizanju profitabilnosti postojećeg poslovanja međunarodnog transporta. U njegovu mandatu dovršena je akvizicija logističko-distributivnog centra u Srbiji slične veličine kao onoga sagrađenog u Rugvici pokraj Zagreba, u kojem je danas centar svih RALU-ovih operacija.

– Nakon što smo okrenuli trendove prema povećanju prihoda i profitabilnosti kompanije, proširili mrežu partnera i logističke kapacitete, držao sam da je jedna faza mog posla dovršena i razmišljao sam o eventualnim novim izazovima. U to vrijeme upoznao sam **Nenada Bakića** koji je smatrao da Varteksu u ovom trenutku treba menadžer mojih kompetencija. S obzirom na to da je riječ o izrazito izazovnom projektu, a istodobno vjerujem da Varteks kao poznati modni brend ima velike potencijale, odlučio sam prihvatiti ponudu – kaže Perković.

Nenad Bakić, usput rečeno, postao je Varteksov najveći pojedinačni dioničar prije četiri godine, a od ove je godine predsjednik Varteksova Nadzornog odbora.

Teška vremena za tekstilce

Unatoč tome što je varaždinska kompanija u posljednjih dvanaest godina izgubila dvije trećine prihoda na godinu, a dobit zadnji put zabilježila još 2013., Varteks, kaže Perković, ima velik potencijal. To je tvrtka s više od stotinu godina tradicije, što svakako želi iskoristiti u budućim kampanjama. Ipak, nema lak put pred sobom. Tekstilna industrija u Hrvatskoj prošla