

Bodrogai Ferenc – „Az év üzletembere”

Térpál Sándor

Az Ernst & Young által 7 hét éve alapított „Az év üzletembere” díjat 2010 elején egy papíripari szakember és vállalkozó, Bodrogai Ferenc vehette át ünnepélyes keretek között. Az eseményről a napi sajtó és televízió is beszámolt, most a szakmai lapunknak is kedves kötelessége, hogy köszöntse a kitüntetettet, a Forest-Papír Kft. tulajdonosát és ügyvezető igazgatóját. A Forest-Papírt a nagyközönség jól ismeri, mint az igényes háztartás-higiéniai papír-árak gyártóját. Bodrogai Ferencet a papíripari kollégák nagyra értékelik minőség-orientált szemléletéért, és elismerik az általa létrehozott vállalkozás kiemelkedő szakmai és technológiai színvonalát. A szakma nevében lapunk munkatársa is gratulált, és megkérte Bodrogai Ferencet, hogy ő maga mutassa be a cég eddigi útját, az elismerést megalapozó erőfeszítéseket és sikereket, valamint a jövőre vonatkozó terveit.

Azok lettek az idei év legjobbjai, akik a válság ellenére is erősödni, fejlődni voltak képesek, és 2009-ben is nagy értékű beruházásokat tudtak végrehajtani – ez volt az egyik feltétele annak, hogy az Ernst and Young szerint én –, és rajtam keresztül a Forest-Papír Kft. minden munkatársa nyerhesse el „Az év üzletembere” díját. Ezt a rangos elismerést egyébként 2003-ban osztották ki először Magyarországon. Ez az egyetlen nemzetközi, védjegytalommal ellátott üzleti díj, amelyről független zsűri dönt, nem csak a számszerű mutatók alapján. Többek között vizsgálják a munkahelyteremtés mértékét, a munkahelyi környezetet, a szociális hálót, az exportképességet, de a folyamatos megújulás iránti igényt is sok mellett.

Ezeknek a követelményeknek nem könnyű megfelelni, de a 100%-ban magyar tulajdonú Forest csoport az 1994-es alapítási évtől kezdve valamennyi évét sikeresen zárta. Mára a magyar háztartások 90%-ában megtalálhatóak a termékeink, és



a gyártói márka kategóriában a vezető piacutató cég által közölt adatok szerint piacvezetők vagyunk.

A Forest csoportot a Forest-Papír Kft. (amely háztartás-higiéniai papírtermékek gyártását, forgalmazását végzi), az Assist-Trend Kft. (amely a közületi termékek értékesítését végzi), valamint a Forest Consulting Kft. alkotja.

A Forest-Papír Kft. berkein belül közel 210 dolgozóval, négy termelőüzemben, Nyergesújfalun, Leányváron, Tökölön és Lábatlanon zajlik a háztartás-higiéniai papír termékek gyártása, feldolgozása. A környező országokkal (Szlovákia, Csehország, Románia, Horvátország, Ukrajna, Észtország, Lengyelország, Olaszország, Szlovénia) is jól működő kereskedelmi kapcsolatban állunk. A Forest-Papír 24 ezer tonna tissue terméket dolgoz fel (és 34 ezer tonna feldolgozásához lehetőséget adó kapacitással rendelkezik) évente, ez lefedi az eladások 80%-át a szalvéták, toalettpapírok, konyhai törülők és iparitekerccs-termékek terén, a maradék 20%-ot vásároljuk.

Az alapítás óta meghatározó stratégiánkban az emberi erőforrás fontossága. A munkatársak, akik a cégben dolgoznak, a céget magát alkotják, ez az, ami a különbséget hozza, vagyis kompetens és csehű munkatársakat találhatnak a gépteremtől az irodáig.

A humán erőforrás mellett a technológiai beruházások is hozzájárulnak a fejlődésünkhöz, hiszen nem árulok el újdonságot azzal, hogy egy új gép-

be való beruházás a jövőbe való beruházást is jelenti egyben. 2008-ban üzembe helyeztünk egy Fabio Perini Spa Syncro 4,5 toalettpapír- és kéztörölő-feldolgozó sort, és a Fabio Perini Syncro 4,0 gépsort kiegészítettük egy plusz nyomóművel (így lehetővé vált két szín egyidejű nyomtatása) és egy fém-fém prégező egységgel, amely tovább növelte a gyártható termékek változatosságát.

Ez azért is lényeges, mert az innováció elengedhetetlen kelléke annak, hogy mindig képesek legyünk új és új megoldásokat kínálni a fogyasztók számára. A Forest-Papír jó néhány újdonságot vezetett már be a hazai piacra. Ilyen volt az első egyrétegű, magas színvonalon nyomtatott szalvéta, ami átalakította a piacot, és európai, de talán világvizonylatban is egyedülálló termékválasztékot eredményezett, ami megteremtette a vállalat széleskörű export tevékenységének alapját. De hozzánk kapcsolódik az első színes, százdarabos papír zsebkendő gyártása, és ide sorolhatom az első 24 tekerces toalettpapírt is, ami könnyebbé tette a nagybevásárlást. Az első többfunkciós (Clean Goliat) papírtörővel szintén addig ismeretlen minőséget vezethettünk be.

Már kezdetektől a saját márkáink megalkotására és fejlesztésére nagy hangsúlyt fektettünk. Három fő arculati irányt alakítottunk ki: prémium, közép és alsó-közép kategóriát. Ezeken belül toalettpapírokkal, kéztörölőkkel, szalvétákkal és papír zsebkendővel is találkozhat a vevő, méghozzá új csomagolásban, új beltartalommal, toalettpapírok és papír kéztörők esetében új színekkel és illatokkal is. A legújabb irány a jó minőségű, közép-kategóriás termékeket felvonultató Selfness Ecoring termékcsalád, amely egyet jelent a minőségi, környezettudatos választással.

A fentiekből is látszik, hogy célunk a minőségi magyar termék minőségi munkával történő előállítása. A hangsúly a minőség mellett az áru magyar mivoltán van. Ezért alapítottuk meg 2003-ban a Magyar Termék Kht.-t, amelynek az a feladata, hogy erősítse és tudatosítsa a vásárlókban a hazai, jó minőségű termékek jelenlétét és segítse, hogy minél többen válasszák a „hazait”. Emiatt hoztuk létre a Magyar Termék logót, ezzel is könnyítve az eligazodást. Az elképzeléshez azóta 12 magyar vállalkozás csatlakozott, és remélem egyre inkább ki fog bővülni a logót használó cégek köre. Mára egyébként részben a jelentős anyagi és energia-ráfordítás, részben a válság hatására oda jutott a mozgalom, hogy – független felmérés szerint – ez a logó a legismertebb a fogyasztók körében. Ezt se-

gíti az először tavaly megjelent Magyar Termék Harsona füzetecske, amelyben még több információhoz juthatott hozzá a vásárló az összefogásról. Most egy új, „Veszed-viszed-nyered” elnevezésű nyereményjátékban való részvételhez szükséges egyedi sms-kód is megtalálható az új füzetben. A játék főszervezője a Forest-Papír Kft., de termékei mellett a Detki Kéksz Kft. és a Házi Piros Paprika Kft. termékei is részt vesznek. Így összesen több mint hatmillió darab termék csomagolásán találkozhat a fogyasztó a nyereményjátékokra történő felhívással. A velünk játszók értékes napi és heti nyereményekkel lehetnek gazdagabbak, 2011. év elején pedig kisorsoljuk a fődíjat, egy személygépkocsit. Azt hiszem, nem kell bizonygatni, hogy valamiféle patriotizmus kialakítása mennyire lényeges a hazai kis- és középvállalkozások életben tartásához, ezáltal pedig egy egészséges és fenn tartható gazdaság kialakulásához.

Az ipartámogatás mellett mindig is fontos volt számomra a körülöttem lévő környezet védelme és a sport szeretete. Talán nem titok, hogy szenvedélyem a horgászat, a Duna, így például a lábatlani telephely mögötti Duna partszakasz parkosítását és folyamatos karbantartását is szívügyemnek tekintem, ezáltal egy közösségi teret teremtve. De együttműködünk a Magyar Turizmus Zrt.-vel és a Hortobágyi Madárkórházzal is. A „Kiskokas” termékcsaládunk például kifejezetten a gyerekekhez szól, és minden Kiskokas és Selfness termékünkhöz csomagoltunk egy kártyát is, amelyben a Magyarországon honos madarakat és az őket fenyegető veszélyeket mutatjuk be, és egyúttal támogatjuk a Hortobágyi Madárkórház munkáját tevékenységének bemutatásával és népszerűsítésével. Talán legkorábbi – tízéves múltira visszatekintő – regionális kezdeményezésünk a „Forest Suli Olimpia” volt, ami a diáksportot támogatta. Az elmúlt évtized alatt mintegy 30 millió forinttal támogattuk ezt a rendezvényt, amiért a Forest elnyerte a Megyei Közgyűlés elismerését a diáksport hosszú távú támogatásáért. Most ugyanekkora nagyságú összeggel segítjük a környezetünkben lévő, nehéz helyzetben élő családok tehetséges gyermekeit. Többek között étkezési alap létrehozásával is a rászorulókkal állunk. A felnövő generációk egészsége és élheto, szerethető jövőképeinek kialakítása mindannyiunk közügye, amit minden lehetséges módon támogatni kell.

Köszönjük az interjút és a Papíripar Olvasói és Szerkesztősége nevében további sikereket kívánunk Bodrogai Ferencnek és munkatársainak.