

Interjú Vincze Istvánnal, a Continental Dohányipari Zrt. termelési és termékfejlesztési igazgatójával

# Ez folyamatosan fejlődő, élő ipar



Hogyan alakult, hogyan fejlődött, igazodott folyamatosan a fogyasztói igényekhez a gyártás a régi tradíciókkal bíró sátoraljaújhelyi gyárban? Milyen nagy innovációkat élt meg a termelés? Honnan jönnek az ötletek egy-egy piaci újításra? Milyen kihívásokkal kell szembenéznie egy termékfejlesztési vezetőnek egy olyan cégnél, ahol a gyártás olyan széles skálán mozog, hogy a dohány expandálásától a szivarka-, cigaretta- és vágottdohány-gyártáson át a cigarettahüvelyek előállításáig szinte mindennel foglalkoznak. Erről beszélgettünk Vincze István termelési és termékfejlesztési igazgatóval.

#### ♦ Mióta foglalkozik dohánytermékekkel?

Több mint 35 éve vagyok ebben az iparágban. A Veszprémi Egyetemet 1979-ben végeztem el, és mivel Eger közeléből származom, két út állt előttem, hogy vagy a borkombinátban, vagy a dohánygyárban helyezkedjek el. Szerencsémre az egri dohánygyár laborjának a vezetője akkoriban ment nyugdíjba, és az igazgató bizalmat szavazott nekem. Így kerültem vegyészmérnökként friss diplomával a dohánygyárba. Akkor persze nem sejtettem, hogy 35 évvel később is arról beszélhetek majd, hogy még mindig az ágazatban dolgozom. Úgy terveztem, mint minden fiatal, hogy öt év múlva váltok.

#### ♦ Miért nem így történt?

Ebben több dolog is szerepet játszott. Egyrészt jól éreztem magam a munkahelyemen, másrészt minden munkahelyemen folyamatosan bíztak rám újabb és újabb izgalmas feladatokat. Egerben a labor és a minőségbiztosítás mellett egyre inkább belefolytam más feladatokba is. A gyár 1992-es privatizációjával nagyszerű időszak kezdődött az életemben, szinte minden gyártási területet kitanulhattam. A minőségbiztosításról átkerültem a termelésre. Először a klasszikus gyártást-csomagolást, azaz a feldolgozást kaptam meg, ahol eltölthettem 6 évet, majd átkerültem az előkészítésre és azt vezettem mindaddig, amíg a gyár be nem zárt. Ekkor lehetőségem lett volna külföldön folytatni, de már ezer szállal kötődtem ide, amit nem akartam itthagyni. Az egri gyár 2004-es bezárását követően még logisztikai feladatokat láttam el pár évig, a készáru raktár vezetését bízták rám. Ezután kerültem Sátoraljaújhelyre. Egy régi nagy szakteknintély, Lengyel Imre foglalkozott itt akkor már nyugdíjasként a gyártmányfejlesztéssel, tőle kellett átvennem ezt a feladatot. A Continentalnál 2008 óta vagyok ebben a pozícióban, tehát több mint hét éve igyekszünk ezzel a csapattal közösen kihozni a maximumot.

#### ♦ Milyen technológiai változásokat élt meg?

Rengeteg minden változott az alatt az idő alatt, amióta dolgozni kezdtem, és az utóbbi hét évben is. Robbanásszerű újításokat nem éltem meg, úgy érzem, a változások folyamatosak voltak. Kezdetben a gyártás főleg cigarettagyártást jelentett. Elindult a gép az év elején, és szinte az év végéig ugyanazt a cigarettát gyártotta. Ennek egyes változatai – light, extra light, ultra light – jelentettek egyfajta folyamatos változást. Fontos lépés volt, amikor az Európai Unióban bevezették az 1-10-10-es korlátot, amihez igazodnia kellett az iparnak is. A füstszórási vált fontossá, ehhez kellett hangolni a terméket. Ekkor már alkalmazták a gyárak expandált dohányt is blend komponensként. Lépésről lépésre változott a cigaretták csomagolása, dizájnya is. A 90-es évek óta egyre népszerűbb fogyasztási dohány jelentett egyfajta sokkot a gyártásban. Ekkoriban a cigarettáról mint fő hajtásról elkezdtek különböző hajtások leágazni, ilyen volt a vágott dohány is, a szivarka és a hüvely, amelyek adója elmaradt a cigarettáétól. A rugalmasabb, kisebb cégek, amelyek látták a keresletet, szinte azonnal

elkezdtek ezekkel a termékekkel foglalkozni. Nyilván ehhez a feladathoz is fel kellett nőni, meg kellett találni a gyártásukhoz az eszközöket, berendezéseket, hiszen akár hüvelyről, akár szivarkáról beszélünk, ezek komoly és direkt e célra kifejlesztett berendezéssel állíthatók elő. A gépgyártó ipar is partner volt ebben, sok cég, köztük mi is, láttunk benne fantáziát.

#### ♦ Termékoldalról hogy néztek ki a változások?

Itt sem lehet olyan hatalmas újításokat kiragadni, mert a termékek alakulása is folyamatos volt. Érdemes beszélni az ECO szivarkáról, ami egy olyan termék, ami hasonlít a cigarettára, spirálozott, filterrel és mandzsettával ellátott, de cigarettafilter helyett dohányfóliával van burkolva. Dohánytartalma merőben eltér a cigarettáétól, ezért erre gépi oldalról is fel kellett készülni, hogy ezt a többletdohányt be tudja dolgozni a gép, megfelelő paraméterekkel állítsa elő a terméket.



A kreativitás akkor fejlődik,  
ha a feltételeket magunknak kell  
megteremtenünk.



Ez is szép lassan alakult át. A terméket tavaly december végéig lehetett előállítani Magyarországon. Az Európai Unió szabályozásának változását követően megjelent a szivarkák természetes szivarlevélbe burkolt változata, amit a Continental Dohányipari Zrt. már négy éve gyárt a nemzetközi piacaira. A hazai piac ellátása érdekében közel 1 milliárd forintos beruházással új szivargyártó gyárrészt hoztunk létre.

Ugyanez a fogyasztási dohányra is igaz. A kistasakos kiszerezéseket a nagyobb tasakok, dobozok megjelenése követte. Két évvel ezelőtt megjelent a volumen dohány, amelynek lényege, hogy ugyanakkora mennyiségből a fogyasztó több cigarettát tud előállítani. A volumen dohány feltételez egy expandáló üzemet, amilyen a miénk is.

#### ♦ Mi a helyzet a cigarettával?

A cigarettáknál is lehet fejlődésről beszélni. A filter vonulaton is volt változás: nagyon régen még papír filterrel készültek a termékek, ezt váltotta az egyszerű cellulóz-acetát filter, megjelentek a szenes filterek, kombinált filterek változatai. Felbukkantak a speciális formájú, megjelenésű filterek, jöttek az ízesített filterek, majd a legutóbbi újítás, a kapszulás filter. Utóbbi a cigarettán belül is egy oldalhajtást jelent, nagyobb szabadságot ad a fogyasztónak, ha az hajlandó megfizetni azt a többletet, amibe a termék előállítása kerül.



◆ **A fogyasztók elvárásait kell tehát követni az újításokkal?**

Ez egy élő ipar és folyamatosan fejlődik természetesen a fogyasztói szokások változással párhuzamosan. A keresletet véleményem szerint főként az árak és az egészségtudatosság formálása alakítja. A magas adók miatt a fogyasztók folyamatosan keresik az olcsóbb alternatívákat. Emellett folyamatos igény,



hogy a termék füstje kisebb hányadban tartalmazzon nikotint és kátrányt. E két tényező együttesen alakította az ipar elmúlt évtizedeit.

◆ **Mennyiben különbözik a hazai és a külföldi fogyasztó?**

Nem gondolom, hogy olyan nagy különbség lenne közöttük, maximum a pénztárcájuk vastagságában. Mást engedhetnek meg maguknak. Figyeljük a nemzetközi trendeket is. Minden évben részt veszünk – lehetőség szerint standdal – a világ legnagyobb dohányipari kiállításán Dortmundban. Fontosnak tartjuk, hogy a kollégáink ott

legyenek, lássák a nemzetközi fejlődési irányokat. Megvitatjuk a látottakat, és amit érdemesnek tartunk, igyekszünk behozni a cégbe.

◆ **Főként onnan jönnek az ötletek?**

Egyfelől igen, másrészt belülről, a kollégáktól. Habár nem reprezentatív, de a termékeinkre vonatkozóan jó visszajelzéseket kapunk a trafikokból is az üzletkötőinken keresztül. Ha a beérkezett vélemény, igény érdemes rá, továbbgondoljuk. Ha valamivel nem elégedettek a vásárlók, igyekszünk változtatni. A Tabán Trafikon keresztül sok hasznos piaci információ érkezik, amelyből lehet ötletet meríteni. Meggyőződésem, hogy akkor vagyunk jó fejlesztők, ha magunk is ki tudunk találni újításokat. Fontos, hogy legyen a kollégákban erre belső igény vagy kényszer. Ilyen volt a szenes filterrel ellátott hüvely gyártása, amivel nagyon sokáig nem foglalkoztunk, vagy a fekete és pink hüvelyek. Fontos, hogy olyan terméket állítsunk elő, amellyel valamilyen racionális termékkel tudunk nyújtani a fogyasztónak, amellyel meg tudjuk különböztetni magunkat a konkurenciától, és amivel a fogyasztó is meg tudja különböztetni magát. Utóbbiak természetesen rétegtermékek, de úgy gondolkozunk, hogy minél több ilyen rétegigényt elégítünk ki, annál nagyobb szeletet tudunk kihasítani a tortából. A fogyasztók pedig keresik az újításokat.

◆ **Mi kapja a közeljövőben a fő hangsúlyt a gyárban?**

2015-ben a szivarkapiac lesz érdekes Magyarországon és Németországban is. Kérdéses, hogyan reagálnak a hazai fogyasztók a természetes szivarlevéllel spirálozott termékekre, ahogy az is, hogy ennek a terméktípusnak hogyan áll be majd az ára. A gyártásához számos fejlesztés történt nálunk. Nagy feladat hárul a marketingre is, hogy kommunikáljuk a jogszabályváltozást, illetve azt, hogy az új termék a természetes dohánylevél révén a korábbinál magasabb minőséget képvisel.

◆ **Vajon mi lesz a következő nagy dobás az ágazatban?**

Nem lehet ezt előre megjósolni, de persze butaság volna azt mondani, hogy nem is lesz ilyen. Én úgy látom, hogy a trendek és a szabályozás abba az irányba megy, hogy „tisztítsa” egy kicsit az ipart. Az európai uniós dohánytermék irányelv (TPD) megpróbál olyan hajtásokat lenyesni, mint az ízesített cigaretták, vagy olyan adalékokkal ellátott termékek, amelyek igyekeznek vonzóbbá tenni azt. Nagyon beszűkül a kommunikációs lehetőség is, kevés dolog maradhat a csomagoláson, ami információt ad a fogyasztónak, lekerül a kátrány- és nikotintartalom, és a nagyméretű egészségvédő feliratok a csomagolás nagy részét lefedik majd. Mindez fogyasztói és gyártói oldalról is érdekes változás lesz. Hogyan dönti majd el a fogyasztó, hogy mit vásároljon meg, a gyártó pedig hogyan tegye vonzóvá a termékét. Várhatóan a felkészült trafikosok és a színdinamika nyújthat majd némi segítséget, hacsak utóbbit is meg nem szüntetik, hiszen erre is van már példa.

◆ **Ha már szóba került a TPD, hogyan készülnek a közelgő változásokra?**

Az irányelvet minden kolléga áttekintette és vállalati szinten már átbeszéltük, hogy műszaki, gyártmány-fejlesztési, beszerzési oldalról milyen feladatokat ró majd ránk. Biztos vagyok abban, hogy a következő években az átállás fogja lekötni a gyártók energiáinak nagy részét. Olyan technikai dolgokra gondolkok, mint az összetevők jelentési kötelezettsége, ami uniós bonyolításban történik majd. A jellegzetes íz-zel bíró termékek kivezetése, ami szintén érdekes feladat lesz. A csomagolás megváltozása. A nyomon követhetőség és a kódolás szintén komoly technikai feltételek elé állítja a gyártókat. Utóbbiról egyelőre konkrétumokat sem tudunk, egyedül annyit, hogy a bevezetés dátuma 2019, ami nincsen már messze. Ennek megoldása gépi oldalról meglehetősen bonyolult feladat lesz, főként a hagyományos vagy kézi csomagolás esetében. Ahány gépünk van, annyiféle megoldást kell majd találnunk erre.

◆ **Visszakanyarodva, hogyan bővült a gyártás Sátoraljaújhelyen?**

Kezdetben itt is csak cigarettával foglalkoztak. Az innovációk akkor kezdtek bekerülni, amikor a V-Tabak megvásárolta a gyárat. Elindult a fogyasztási dohány gyártása, a szivarka vonulat, a hüvelygyártás. Az elmúlt években a természetes szivarka gyártása. 2014 januárjában állt munkába a dohányexpandáló üze-

münk. Véleményem szerint kevés olyan vállalat van, ahol ilyen rövid idő alatt ennyi és ilyen sokrétű innovációs munka következett be. Ebben is különbözik a multi és a magáncég, itt sokkal gyorsabban dőlhet el egy fejlesztés sorsa. Ez a cég mindig is élen járt abban, hogy gyorsan reagáljon a piaci lehetőségekre. Szerencsésnek gondolom magam amiatt, hogy nagyon sokrétű az a feladat, amivel foglalkozni kell a gyárban. Az egész portfólió itt van a kezünkben, folyamatosan fejleszteni, alakítgatni kell, ami nem kis kihívás. Nekünk kisebb méretű céggként, kevesebb munkatárssal gyakorlatilag ugyanolyan feladatokban kell helytállnunk, mint egy olyan nagyvállalatnak, amelynek saját kutatóbázisa és számtalan, a különböző területeket jól ismerő szakképzett kollégája van. Ezt a tudást nálunk néhány embernek kell összeadnia, hogy a termék megfelelő legyen. Büszke vagyok a fejlődések sorát megélt, tapasztalt, kreatív kollégáimra. A kreativitás, amiről mi magyarok legendásak vagyunk, szerintem azzal is fejlődik, ha nem minden esetben engedhetjük meg a teljesen automatizált, modern gépek beszerzését, hanem a feltételeket magunknak kell megteremtelnünk, létrehozunk. Ez a kreativitás, szakmai gondolkodás nálunk adott, ami hozzásegít bennünket, hogy egy viszonylag új vagy új elemeket tartalmazó technológiát, ismeretet gyorsan elsajátítsunk, és úgy gondolom, jól is élünk ezzel.

GYARMATI PETRA

# CONTINENTAL DOHÁNYIPARI ZRT. HIRDETÉSE