



## Svatko je dijete svog vremena, ne možemo razmišljati kao mama i tata

*Poduzetništvo je sklop za koji bi svatko volio da postoji neka knjiga, jedan priručnik i naputak za vođenje. Ali to je u stvarnosti utakmica sa samim sobom na puno nivoa*

Objavio Darko Buković - 26.12.2022 u 19:37

Ovo su dvije poduzetničke priče, jedna u kojoj se nasljednik Fran Reizl odmah pridružio obiteljskom biznisu, i druga u kojoj se nasljednik, Petar Šimić, vratio u obiteljsku tvrtku nakon pozicioniranja na drugom mjestu i drugoj djelatnosti.

### Priča prva: Fran Reizl

Fran Reizl je kreativni pokretač obiteljske tvrtke Reizl čokolade i osoba koja kao druga generacija preuzima obiteljski business. Nakon dugih godina bavljenja distribucijom robe široke potrošnje, obitelj Reizl odlučila se posvetiti proizvodnji čokolade. Bila je to ideja koja ih je dulje vrijeme držala, zapravo očev san. A u avanturu se upustila druga generacija.

“U obiteljskim poslovima i obiteljskim pričama roditelji-osnivači stalno sanjaju, a djeca su ta koja, zapravo, sukladno mogućnostima, nastavljaju i stvaraju dalje, s jednim svojim načinom, dajući svoj štih. Svatko je dijete svog vremena, ne možemo razmišljati kao mama i tata, ali možemo svježim idejama, temeljem iskustva i mudrošću, stvarati neki novi, jasan koncept. I sada smo upravo u tom procesu, što nudimo i kako sve zapakirati u jednu priču”, priča Fran Reizl.

“To je izrazito zahtjevno jer su u timu otac, majka i sin, pa nam je potrebna i treća strana – za balans svega što prati poslovanje, nakon čega se stvara smisljena cjelina”, istaknuo je Fran. Dodao je da je riječ o stalnom balansiranju želja, mogućnosti, naivnosti, kreativnosti, postupku koji iziskuje puno brušenja, puno tesanja, prihvatanja pogreški, svađa, kajanja, ali na kraju krajeva stvori se taj željeni – proizvod!

Roditelji su i 90-ih imali trgovinu, 2002. pokrenuli su tvrtku za distribuciju, da bi 2017. krenuli u posao s proizvodnjom čokolade, uz poticaje europskih fondova. "Tek 2019. smo osjetili da je to dobar smjer, posebno nakon što se snažno osjetio pad prihoda zbog odluke o napuštanju ranijeg businessa i novog smjera. Sad osjećamo da je upravo taj, pravi trenutak, osjećamo se danas kao startup s puno mudrosti", ocijenio je mlađi Reizl.

Odnedavno tvrtka i brend čokolada nosi prezime u svom nazivu, donedavno se sve proizvodilo pod imenom Vrsna čokolada, što je, bez obzira na biblijsko podrijetlo, ime koje je imalo i osoban štih, jer je otac Mirko tako zvao suprugu i poslovnu partnericu, Franovu majku Jozefinu. Njegovi roditelji osnovali su tvrtku svojim kapitalom stečenim u nizu godina poslovanja, a razvijali su se metodom pokušaja i pogrešaka.

Otac Mirko je još kao student sanjao o obogaćivanju ponude stranim gostima i promoviranju Hrvatske u najboljem svjetlu te je smatrao da bi to bilo moguće putem čokolade. Zamisao je tinjala dvadesetak godina i nakon iskustva stečenog na međunarodnim sajmovima u Europi, Reizlovi su primijetili da naše podneblje nudi bogatstvo prirodnih sastojaka koje bi mogli dodavati čokoladi. To je vodilo do velikih odluka i gašenja poslovanja distribucije robe široke potrošnje i potpune posvećenosti proizvodnji vrhunskih ručno rađenih čokolada.

Misija obiteljskog posla sadržana je, kaže Reizl, u kršćanskim vrijednostima i u rečenici Ivana Pavla II "Ne bojte se", što i kod njih znači da se ne boje probati, odvažiti, kucajte – otvorit će vam se.

Krenite i u nepoznato, neka vas vodi osjećaj, poručuje Fran Reizl mladim poduzetnicima

Kako je biti mladi poduzetnik u Hrvatskoj? "Poduzetništvo je sklop za koji bi svatko volio da postoji neka knjiga, jedan priručnik i naputak za vođenje. Ali to je u stvarnosti utakmica sa samim sobom na puno nivoa, emotivna. Čovjek shvati da ako želi uspjeti u poslu – mora se mijenjati. I svatko tko je radio ozbiljan posao, u nekom je trenutku patio. Mora postojati dio patnje, kako bi se dogodili usponi", smatra Reizl.

Mlad poduzetnik mora biti znatiželjan i pitati pitanja, ali tako se dobiju informacije i odgovori koji su možda jači od fakulteta, knjiga, jer je iskustvo s terena neprocjenjivo, mišljenja je.

## Priča druga: Petar Šimić, Primaco

Primaco su pokrenuli roditelji, Angelo i Nada. Danas tvrtku vodi druga generacija obitelji Šimić. Zanimljiv je to put, jer se najstariji sin Petar, koji danas vodi poslovanje, u obiteljsku tvrtku vratio iz dugogodišnjeg rada u poznatoj svjetskoj konzultantskoj korporaciji.

"Mislim da smo napravili ogroman put otkako sam iz Deloittea prešao u naše obiteljsko poduzeće", reći će Petar koji preuzima upravljanje tvrtkom 2009. "Nakon studija sam radio kao *management consultant* u Deloitteu u tehnološkim, medijskim i telekomunikacijskim tvrtkama u nekoliko zemalja Adria regije, a nakon nekoliko godina odlučio sam se uključiti u obiteljski biznis, tvrtku Primaco i u poduzetništvo, čemu sam zapravo uvijek i težio."

Iako će to mnogima izgledati čudno, Petar smatra da je zanos koji su njegovi roditelji i njihova generacija poduzetnika iz 90-e godine imali nešto što može biti podjednaka inspiracija kao i kada danas čitamo o Rimcu, Infobipu i sličnim kompanijama.

Angelo Šimić pokrenuo je Primaco 1990. godine, a nakon nekoliko mjeseci mu se priključila supruga, Petrova majka Nada. Razvijali su biznis kao ravnopravni partneri: otac trgovačku djelatnost na Žitnjaku, a mama špeditersko-transportnu djelatnost na Jankomiru. Prisjeća se Petar procesa nastanka imena i djelatnosti s kojom će se baviti, pa otkriva da je upravo to okosnica

imena PRIMACO: prva, najbolja kompanija, prvi izbor. "I čime god da smo se bavili unazad sad već 31 godine, uvijek je kvaliteta bila na prvom mjestu", kaže Petar.

Na upit kako je to biti poduzetnik u Hrvatskoj, Petar odgovara da ne nije siguran da li si je ikada postavio to pitanje. "Osjećam se odlično i uživam u svom poslu", naglašava Šimić pod čijim je upravljanjem obiteljska kompanija postala Primaco Grupa.

Učite beskonačno, što više možete, nikada nemojte prestati biti gladan znanja, savjet je Petra Šimića mladim poduzetnicima

Za kraj Franova i Petrova poruka mladima, osobama koje su možda nasljednici, bolje reći očekivani nasljednici u obiteljskim kompanijama ili pak gledaju na obiteljsku kompaniju bez neke prevelike želje da se aktivno uključe.

"Gledajući sad na razvoj obiteljske tvrtke, svjestan sam da bih i bez obiteljskog izvora bio poduzetnik. Zato je poruka mladima: krenite i u nepoznato, neka vas vodi osjećaj, pišite ideje i probajte razviti cijelu priču oko toga. Ne bojte se, krenite....", istaknuo je Fran Reizl.

"Nemojte se bojati probati. Nemojte se bojati ne uspjeti. Nemojte odustati. Ali opet ne treba biti preuporan ako vidiš da stvari ne idu. Znao sam biti tvrdoglav oko nekih stvari, to mi je možda i prednost i mana – ovisi u kojoj situaciji. Učiti beskonačno, što više možete, odnosno nikad nemojte prestati biti gladni znanja", kazao je Petar Šimić.

---

*Projekt izrade i objavljivanja serijala tekstova pod naslovom Nasljednici – djeca s posebnim, biznis, potrebama, autora Darka Bukovića, financijski je podržala Agencija za elektroničke medije, kroz projekt Poticanja novinarske izvrsnosti za 2022. godinu*

---

---