

# eukonomist

broj 5 ★ svibanj 2008 ★ godina III ★ cijena 26 kn

Posebni prilog  
Ugostiteljstvo i turizam  
Stihijski i bez strategije



Davor  
Tomašković

*glavni izvršni direktor Tvornice duhana Rovinj*

## Optužbe iz EU su neutemeljene

Inozemna ulaganja

U začaranom krugu  
birokracije

Zemljišna reforma

Na raspolaganje  
lokalnim moćnicima

PDV u EU

Rijetki  
izuzeci



A black and white profile photograph of a man with short hair, wearing a suit and tie, looking towards the right. The image is positioned on the left side of the page.

# Optužbe iz **EU** su neutemeljene

Davor Tomašković govori o poslovnim rezultatima TDR-a, pritiscima na Vladu iz EU na račun trošarina na duhanske proizvode, širenju u regiju i svijetu, izazovima koje očekuju ulaskom u EU, ali i najavljenom zabrani pušenja te sumnjama u sudjelovanje u švercu cigareta, koje se svako toliko pojave u medijima

- **O gubicima na srbijanskom tržištu zbog diskriminacijskih trošarina**

Oni su na godišnjoj razini iznosili oko desetak milijuna eura

- **O švercu cigaretama**

Nama se ne isplati da se s tržišta, gdje smo prodali cigarete po nešto nižim cijenama, one vraćaju u Hrvatsku i kanibaliziraju našu prodaju

Glavni izvršni direktor  
Tvornice duhana Rovinj

# Davor Tomašković

- **O sustavu trošarina na duhanske proizvode**

Taj je sustav uspješno prošao i Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju i pregovore za ulazak u WTO

- **O zabrani pušenja**

Nigdje nije došlo do dramatičnog smanjenja potrošnje cigareta, samo se ona premjestila iz prostora kafića i restorana, što je rezultiralo značajnim padom prometa u turističkom segmentu

- **O udjelima na tržištima regije**

Na tržištu čitave ove regije držimo tržišni udio oko 27 posto

U Tvornici duhana Rovinj, kaže njihov glavni izvršni direktor Davor Tomašković, zadovoljni su rezultatima za 2007. Prihodi su porasli 10 posto, a neto dobit iznosila je 523 milijuna kuna. Tomašković ističe da je 51 posto proizvodnje TDR-a završilo u izvozu. Pritiske, koji su ovih tjedana pristizali iz EU, usmjerene na Vladu da što prije promijeni sustav trošarina za duhanske proizvode koje, prema njima, favoriziraju domaću proizvodnju, Tomašković lakonski proglašava tek rezultatom lobiranja multinacionalki iz branše

Razgovarao: Većeslav Kocijan  
Fotografirao: Marko Ercegović

- Prema našim spoznajama optužbe o kojima govorite dolaze iz samo jednog, očito nedovoljno upućenog, dijela administracije EU.

Takve tvrdnje nisu ničim utemeljene i navedene optužbe se jedino mogu tumačiti kao pokušaj da pojedini europski političari žele priskrbiti povoljnije uvjete za svoje i multinacionalne kompanije. Osobno se nadam da će hrvatski pregovarački tim jednako tako štiti hrvatsko gospodarstvo, a posebno 2000 seoskih gospodarstava u Podravini i Slavoniji koji uzgajaju duhane u Hrvatskoj.

★ **Što je po EU pregovaračima zapravo sporno u sustavu trošarina?**

Hrvatska je pri ulasku u Svjetsku trgovinsku organizaciju (WTO) prije devet godina morala donijeti Zakon o posebnom porezu na duhanske proizvode, koji je u potpunosti morao odgovarati svim mjerilima WTO-a, a koja u osnovi derogiraju sve moguće diskriminacije.

To je Hrvatska i učinila na način da je iz postojećeg zakona morala izbaciti zaštitu domaće proizvodnje. Ona je postojala kroz odredbu da cigarete sa sastavom više od 60 posto domaćih duhana imaju niže porezno opterećenje.

Od tada sustav oporezivanja duhanskih proizvoda u RH razlikuje proizvode samo po sastavu pojedinih vrsta duhana, bez obzira na porijeklo. On zahtijeva ispunjavanje određenih uvjeta vezanih uz sastav cigareta od određenih vrsta duhana, koje svaka kompanija proizvođač cigareta može ispuniti.

Na europskom tržištu danas postoje mnoge vrste cigareta koje bi se po svom sastavu mogle razvrstati u trošarinske razrede s manjim poreznim opterećenjem, ali ostaje upitno zašto ostali proizvođači to nisu učinili. Kako biste plaćali nižu trošarinu prema zakonu, primjerice, morate koristiti nearomatizirane duhane u određenom omjeru. Bitno je reći da nearomatizirani duhani čine 85 posto proizvodnje duhana u Europi i nije jasno zašto bi navedena razdioba po skupinama trebala biti problem za EU. Dapače, trebala bi se zalagati za takvu razdiobu i štiti proizvođače duhana u Europi.

Iz svega rečenog zapravo ne znam što je sporno. Akeizni sustav u RH je vrlo jasno definiran i ne diskriminira strane proizvođače u odnosu na domaće.

Napominjem kako i pri potpisivanju Ugovora o stabilizaciji i pridruživanju također nije bilo nikakvih primjedbi. Iz svega jedino mogu zaključiti kako je jednostavno riječ o interesu multinacionalnih kompanija da jače prodru na ovo tržište.

★ **Jedno od mjerila za pristupne pregovore s EU je prilagodba poreznog sustava, posebice trošarina. Što će zahtijevane izmjene značiti za profitabilnost i konkurentnost TDR-a?**

Svaka neodmjerena odluka oko prilagodbe može utjecati na konkurentnost TDR-a, ali istodobno može dovesti i do situacije da država izgubi znatan dio prihoda, koji može završiti i kod multinacionalnih kompanija i kod "trgovaca" koji se bave nelegalnom prodajom.

★ **Mislite da će država na to pristati?**

Nadamo se da neće.

★ **Održavate li vi kao kompanija kontakte s hrvatskim pregovaračima?**

Ne. Nemamo direktne kontakte, ali smo Vladi uputili svoja stajališta o tome što bi se moglo dogoditi ako Hrvatska u svome približavanju EU ne ispregovara neka prijelazna razdoblja, kako su to učinile mnoge druge zemlje u nizu različitih područja. Približavanjem EU doći će nužno do povećanja akeiza, odnosno posebnih poreza, što će dovesti do povećanja maloprodajnih cijena. Ako se to dogodi prebrzo, tada će zemlje u okruženju, one koje se još ne prilagođavaju europskim zakonima, ostati s puno nižim cijenama duhanskih proizvoda, što onda značajno utječe na povećanje ernog tržišta. To je najveća opasnost za Hrvatsku - da postane destinacija šverca i ernog tržišta. Na tome će najviše izgubiti država koja će ostati bez proračunskih prihoda jer će oni otići u neke druge države.

★ **Dakle, ne očekujete zbog povećanja trošarina pad svog profita?**

To je također moguće, međutim, ne očekujemo da bi on bio značajan. Tržište ima nekakvu elastičnost u pogledu povećanja cijene i ono može prihvatiti u određenom vremenu samo određeno povećanje cijena. Ako se akeizno opterećenje prebrzo poveća, tržište to neće moći prihvatiti i proizvođač će morati vjerojatno snositi negativni teret od tog povećanja u nekom roku.



## Optužbe iz EU su neutemeljene

### ★ A zabrana pušenja?

To je trend koji smo vidjeli i u drugim europskim zemljama pa očekujemo da će se to dogoditi i u Hrvatskoj. Međutim, on nije dao očekivane rezultate u pogledu poboljšanja zdravlja ljudi. Naime, nije došlo do dramatičnog smanjenja potrošnje cigareta. Više je došlo do toga da se potrošnja cigareta premjestila iz prostora kafića i restorana na ulicu ili u domove, što je rezultiralo značajnim padom prometa u turističkom segmentu.

### ★ Koliki udjel držite na tržištu u Hrvatskoj, a koliki u zemljama u okruženju?

TDR na tržištu Hrvatske ima udjel oko 85 posto, a govorimo li o zemalja regije, on je u Srbiji oko 9 posto, u Bosni 40 posto, u Makedoniji, Crnoj Gori i na Kosovu se kreće od 15 pa do dvadesetak posto. Sveukupno, na tržištu cijele ove regije, držimo tržišni udjel od nekakvih 27 posto.

### ★ Srbija je napokon porezno izjednačila domaće i strane proizvođače cigareta, što je vama dosad bio problem na tom tržištu. Naime, u Srbiji su tri globalna proizvođača imali vlastite tvornice, dakle i status domaćeg proizvođača. Kako će se to odraziti na vaše rezultate?

Od 1. siječnja ove godine napokon je došlo do izjednačavanja poreznog tretmana za one koji su prisutni u Srbiji sa svojom proizvodnjom i sve ostale proizvođače. Ta diskriminacija je trajala nekoliko godina pa smo trpjeli značajne gubitke na tom tržištu. Naime, zbog takvog poreznog sustava nije nam bilo omogućeno da uđemo u najveće segmente u Srbiji, a to su segmenti jeftinijih cigareta koji čine preko 60 posto tamošnjeg tržišta. Sada je ovim izjednačavanjem to napokon moguće, što će utjecati na to da iz negativnog poslovanja na tom tržištu prijedemo u pozitivno. Naravno, time će porasti i naš tržišni udio u Srbiji. Već smo u posljednjih godinu dana porasli sa 6 na gotovo 9 posto tržišnog udjela, a do kraja godine očekujemo da ćemo prijeći i 10 posto udjela.

### ★ Kolike ste gubitke tamo imali?

Oni su na godišnjoj razini iznosili oko desetak milijuna eura.

### ★ Je li hrvatska Vlada učinila sve što je mogla kako bi se izjednačio vaš porezni tretman na srbijanskom tržištu?

Moram priznati da je hrvatska Vlada tu odigrala ključnu ulogu i pomogla da sve nove članice koje se pridružuju CEFTA-i poštuju sve dogovore koji vrijede unutar CEFTA-e. Tako je i Srbija to morala ispoštovati. Moram naglasiti da je Srbija prije CEFTA-e kršila jedan bilateralni ugovor između Hrvatske i Srbije, a on je omogućavao hrvatskim proizvođačima da imaju ravnopravan tretman na tamošnjem tržištu.

### ★ Koliko ste uspješni u širenju na nova tržišta i koja držite najzanimljivijim?

TDR je izgradio novu tvornicu u Kanfanaru upravo zato da bi tehnološki bio spreman učiniti iskorak izvan

regije. Mi danas gledamo EU kao zanimljivo potencijalno tržište, prisutni smo već dvije godine u Češkoj, a mogu reći i da smo ovih dana napravili prvi izvoz marke Ronhill za Italiju, tako da će se za nekoliko tjedana naše cigarete naći i na policama svih maloprodajnih mjesta u Italiji. Upravo dogovaramo i prve količine za Njemačku, a prisutni smo i u Španjolskoj. Dakle glede EU to su zemlje koje su nama od interesa. Jednako tako sa zanimanjem gledamo na tržišta Bliskog istoka. Nedavno smo otvorili predstavništvo u Dubaiju pa očekujemo da će ta regija biti jednako tako dobar izvor rasta TDR-a.

### ★ S kakvim se preprekama susrećete kad izlazite na udaljena tržišta poput Bliskog istoka?

Duhanska industrija u svijetu izuzetno je konsolidirana. Praktički cijelu svjetsku industriju cigareta kontroliraju četiri svjetska proizvođača, tako da je manjim proizvođačima poput TDR-a teško izaći na ta tržišta. Prepreke su od pronalaska partnera za distribuciju, ulaska na police u maloprodajne lance, do, naravno, prilagodavanja cigareta ukusima potrošača na nekom tržištu. Potrošači u arapskim zemljama su naviknuti na jače cigarete, potrošači na Dalekom istoku, u Aziji, više vole mentol cigarete, dok su potrošači u ovoj našoj regiji naviknuti na light cigarete. Veliki je izazov proizvoditi se prilagoditi svakom tržištu. Posebno to nije jednostavno s obzirom na to da mi imamo samo jednu tvornicu i da sve te zahtjeve moramo zadovoljiti u jednom pogonu, za razliku od multinacionalnih kompanija koje u cijelome svijetu imaju stotine tvornica pa im je to bitno jednostavnije. Međutim, mi smo jedna vrlo dobro uređena kompanija, s kvalitetnim ljudima i mislim da se dobro nosimo s tim izazovima.

### ★ Kolika je cijena "ulaska na policu"?

Normalno je da proizvođač bilo koje robe plaća ulazak u maloprodajni lanac. To se događa i proizvođačima čokolade i tvornicama sladoleda ili bilo čega drugoga. Ona je različita od tržišta do tržišta, ovisno o tome koliko je maloprodaja konsolidirana. Primjerice, u Hrvatskoj 60 posto maloprodaje čine ključni kupci. U BiH je taj udio samo 15 posto, što znači da većinu čine mali obrtnici, obiteljske trgovine, tako da su i cijene i pregovori drukčiji. Cijene se kreću od nekoliko stotina do više tisuća eura godišnje za prodajno mjesto.

### ★ Koje su granice širenja s obzirom na kapacitete nove tvornice? Razmišljate li o kupnji neke tvornice u regiji ili negdje drugdje?

Ovog trenutka nemamo potrebe za kupovanjem kapaciteta. Mi smo izgradnjom jedne od najmodernijih tvornica u Europi u cigaretnoj industriji, što je investicija vrijedna oko milijardu kuna, stvorili preduvjete za širenje TDR-a i u regiju i izvan nje. Današnji kapacitet tvornice u Kanfanaru je do maksimalno 30 milijardi cigareta u tri smjene, što je dvaput više nego što su zajedno bili kapaciteti tvornica u Zagrebu i Rovinju. Danas proizvodimo i prodajemo oko 15 milijardi. Dakle, imamo dovoljno kapaciteta za širenje.

• **Stalno se špekulira s mogućnošću da netko od "velikih" preuzme TDR. Često se u tom kontekstu spominjao španjolski Altadis. Koliko je takva opcija realna?**

U medijima uvijek ima takvih špekulacija. Spomenuli ste Altadis kojega je upravo kupio Imperial tobacco, tako da oni više neće moći nikoga preuzeti. Koliko je realno? To da TDR, kao uspješna i kvalitetna kompanija koja kontrolira značajni dio tržišta ove regije i posebno uz dodatak ovog tehnološkog dijela, postaje zanimljiv to je činjenica. Međutim hoće li doći do prodaje ili partnerstva s nekim, to je uvijek pitanje za vlasnika, a ne za menadžment.

• **Krenuli ste s razvijanjem vlastite distribucije Adiste. Zašto i kolike uštede očekujete zahvaljujući njoj?**

To je prirodan korak i standard u cigaretnoj industriji da nakon dostizanja određenog tržišnog udjela, kad on dosegne kritičnu masu, proizvođač prelazi na vlastitu distribuciju. Moram reći da, suprotno nekakvim razmišljanjima ljudi izvan ove naše industrije, nismo bili motivirani financijskim uštedama već unapređenjem kvalitete distribucije i uspostavljanjem kvalitetnijeg odnosa s maloprodajnim mjestima. Da ćemo pritom ostvariti i određene financijske uštede to je sigurno točno, ali to nije bio prioritet.

• **Ovih ste dana potpisali ugovor s Atlantic Grupom o distribuciji u HoReCa segmentu (Hoteli/Restorani/Caféi). Koji je razlog ako već razvijate vlastitu distribuciju?**

Razlog zašto smo potpisali partnerski ugovor s Atlanticom je taj što je HoReCa segment vrlo specifičan. To je segment koji zahtijeva drukčiju obradu prodajnog mjesta od nekog maloprodajnog lanca. Tih prodajnih mjesta ima jako puno, a po prodajnom mjestu se prodaje mala količina cigareta pa je distribucija samo jednog proizvoda preskupa. Smatramo da to netko za nas može obaviti kvalitetnije i imati neke sinergijske učinke s drugim robama koje distribuira. Zbog toga je odabran Atlantic.

• **Što za TDR znači vlasništvo Adrisa u iNovinama i suvlasništvo u Tisku?**

Adris grupa je procijenila da može dodati vrijednost u tom segmentu poslovanja. On za TDR nije značajan jer iNovine u našem ukupnom prometu zauzimaju tek 2 posto na tržištu Hrvatske. Tisak je značajniji jer je gotovo triput veći, pa su shodno tome veći i njegovi tržišni udjeli. Međutim, oni su nama, naravno, ključni kupac i važan partner, ali interes Adris grupe je bio drugi, da doda vrijednost.

• **Možete li govoriti o planovima Adrisa s iNovinama i nije li Adris tu sam sebi konkurencija?**

iNovine imaju dva cilja. Jedan je da iz lokalnog igrača postanu nacionalni. One su danas prisutne u kontinentalnoj Hrvatskoj, u Istri i na Kvaternu. Dakle predstoji širenje na nacionalnoj razini. Drugi je da sa svojom ponudom proizvoda i usluga budu inovativni i privuku

kupce na njihova prodajna mjesta. Treba reći da je Adris u Tisku manjinski vlasnik i ne upravlja kompanijom ni u kom smislu. Ima 25,86 posto udjela i istina je da su iNovine i Tisak konkurencija.

• **Svako toliko se u medijima TDR spomene u kontekstu šverca cigareta. Komentar?**

Ta je teza smiješna, iritirajuća i uvredljiva za sve naše zaposlenike i potrošače. Ali drago mi je da ste me to pitali. TDR je proizvođač cigareta koji poštuje vrlo strog postupak proizvodnje i izvoza svojih proizvoda. Pod 24-satnim smo carinskim i poreznim nadzorom. Šverc je, međutim, pojava koja nije tipična samo za Hrvatsku već za sve zemlje. Suprotno pojedinim razmišljanjima da TDR ima koristi od šverca cigareta u nas, najenergичnije tvrdim da nema, jer svoje cigarete može plasirati po višim cijenama na hrvatsko tržište nego na neko tržište regije. Uz činjenicu da je to nezakonit i kažnjiv posao nama se nipošto ne isplati da se s tržišta, gdje smo prodali cigarete po nešto nižim cijenama, cigarete vraćaju u Hrvatsku i kanibaliziraju našu prodaju.

• **Zar nije interes proizvođača da proda svoj proizvod?**

Jest, ali je potrošnja na nekom tržištu definirana. U Hrvatskoj imate tržište veličine 8,5-9 milijardi cigareta. One će biti prodane kroz legalne kanale ili dijelom kroz crno tržište. TDR-u je u interesu da se sve proda kroz legalne kanale jer tako više zaraduje. Mi se svim silama trudimo i surađujemo s nadležnim institucijama da se spriječi šverc cigareta jer on šteti našem ugledu i nanosi nam financijsku štetu.

• **Kako je završila priča o pronađenim falsificiranim crnogorskim markicama koje su pronađene u TDR-u?**

Kao prvo moramo reći da nije riječ o falsificiranim nego o legalnim markicama Crne Gore. TDR nije imao veze s tim markicama. Njih je uvezao špediter i TDR je prijavio da su one neispravne. Stajale su godinu dana i čekale da ih špediter sam vrati crnogorskoj državi. Navedene markice nisu "pronađene" u TDR-u kao nešto što se skrivalo. Pritom se nije radilo o vrijednosnim papirima jer su to bile najobičnije identifikacijske markice, za razliku od hrvatskih koje imaju vrijednost jer dokazuju da ste platili porez. Dakle, ta je priča završena još prije nekoliko godina potpunim oslobađanjem od krivnje TDR-a i kaznom za špeditera koji je napravio prekršaj.

Odgovornost države Crne Gore koja je u samom početku tiskala markice s istim brojem nikako ne može biti nešto za što će se teretiti TDR.

• **Jedno osobno pitanje za kraj. Kako se osjećate kao nepušač među svim tim pušačima?**

Dobro, nekad mi je teško procijeniti jesu li naši proizvodi malo bolji ili malo lošiji, pa se moram osloniti na komentare kolega i naših potrošača, ali sasvim dobro.

• **Dakle, nemate osobno iskustvo?**

Nažalost, ne.



**Je li slučajno to da su proizvodi TDR-a na prodajnim mjestima plasirani bolje od konkurencije?**

To nije uopće slučajno. To je namjerno.

**Kako to postižete?**

To je ono što smo razgovarali o cijeni ulaska na policu. Logično je da dominantni igrač na tržištu, recimo u Srbiji je to Philip Morris, može platiti najviše za policu, jer ima iz čega, i zakupiti najbolje pozicije. U Hrvatskoj TDR, koji ima 85 posto tržišta, ima i najbolje pozicije u trgovini jer on joj najviše donosi kroz svoj promet.

