

Za uspjeh je najvažniji timski rad

*Došle su nove generacije poduzetnika koje nisu opterećene modelom po kojem se nekada radilo nego se žele širiti na europsko tržište i dalje *Najvažnija osobina za poduzetnika je izdržljivost i upornost

Kada sam u lipnju ove godine saznao da je potpisivanjem ugovora između američke tvrtke Cortec i Inine tvrtke kćeri CROSCO Naftni servis d.o.o., tvrtka CorteCros prešla o stototno vlasništvo Cortec korporacije odmah sam kontaktirao Borisa Mikšića, vlasnika ove korporacije i zamolio ga da razgovaramo o njegovim novim uspjesima. Pristao je i vrlo brzo sam se našao u tvornici bioplastike EcoCortec B. Manastir. A tamo me je dočekaio cijeli tim koji cijelo vrijeme radi na razvoju Borisovih tvrtki. Nije želio da intervju bude samo s njim već sa cijelim timom. To je naš način rada - rekao mi je. Zbog svega što je Boris Mikšić učinio za Hrvatsku bilo nam je zadovoljstvo da ga ove godine nominiramo za EY Poduzetnika godine, najprestižniji globalni projekt namijenjen nagrađivanju najuspješnijih poduzetnika u svijetu.

Ovo je na neki način intervju sa svima njima: **Ivan Rogan** - direktor CorteCros d.o.o., sa sjedištem u Zagrebu i distribucijskim centrom u Splitu. Rodom je iz Zagreba; **Ivana Radić Boršić** - podpredsjednica prodaje Corteca za Europu. Zadužena je za prodaju i plasman Cortec-ovih proizvoda na europskom tržištu; **Ana Juraga** koja šest godina radi u EcoCortec-u u marketingu i pokriva područje Europe, ali



Ivan Rogan, Ivana Radić Boršić, Ana Juraga, Boris Mikšić i Predrag Zvečevac, slijeva

i Južnu Ameriku, Australiju i Afriku, odnosno cijeli svijet osim Amerike **Predrag Zvečevac**, voditelj ureda EcoCortec u Belom Manastiru i **Dijana Zrinski** koja je od listopada prošle godine unaprijeđena na mjesto direktora društva EcoCortec. B. Manastir.

Boris Mikšić

Upravo ste se vratili s godišnjeg odmora, čak ste ga produžili, kako se osjećate, gdje ste bili?

Umoran sam od odmaranja. Krenuli smo iz Trogira gdje smo podignuli novu jahtu. Najviše vremena smo povelili na otoku Lošinju gdje se osjećam kao doma i gdje sam proslavio 60-godišnjicu turizma na Lošinju. Tu

sam prvi puta došao s majkom 1956. godine.

Jednom prilikom ste rekli: "Pobjednički duh nikada ne umire!", osjećate li se i dalje tako?

Naravno. Prepun sam energije i spreman za nove pothvate i nove pobjede.

Slijedeće godine slavimo 10. rođendan, a vi nas pratite od samog početka. Zašto ste tako dugo naš pretplatnik, zašto niste otkazali pretplatu, kao što su to napravili neki drugi?

Vaš časopis je zapravo jako koristan za poduzetnike. Članci u časopisu su jako interesantni jer se radi o lju-

dima koji su nešto ostvarili u životu. Takve priče su za svakog poduzetnika jako važne kao primjeri. Način na koji objavljujete priče meni je jako pristupačan i to je razlog zašto sam pretplatnik svih ovih deset godina.

Već godinama živite na relaciji SAD-Hrvatska. Je li se za to vrijeme u Hrvatskoj nešto promijenilo u odnosu na poduzetničko okruženje i odnosu prema poduzetnicima?

Deset godina sam prisutan s ovom tvornicom u Belom Manastiru, ali zapravo sam prisutan na ovom tržištu dvadeset godina. CorteCros je krenuo na tržište prije osamnaest godina. Gledajući od početka, puno toga se promijenilo u Hrvatskoj na bolje. Ljudi su shvatili važnost rada na marketingu, povećana je kvaliteta u poslovnoj komunikaciji, podignuta je kvaliteta proizvodnje i proizvoda što je povećalo konkurentnost. Sve to pokazuje kako ide na bolje.

Znači, ipak mislite da se poduzet-

Razmišljate li već sada tko će jednoga dana nastaviti voditi korporaciju Cortec?

Boris Mikšić: „Moj plan je vlasništvo korporacije prebaciti na zaposlenike prema ISOP modelu. U ovom slučaju, moja djeca nemaju nikakvog interesa ući u vlasništvo ove korporacije i zapravo je logični slijed da se vlasništvo prebaci na zaposlene, da postanu dioničari jer to su ljudi koji znaju dalje voditi tvrtku, nadam se na način na koji sam je i ja vodio“



Boris Mikšić u laboratoriju tvornice EcoCortec u B. Manastiru

nička klima promijenila na bolje u usporedbi s onom prije desetak godina?

Svakako. Došle su nove generacije poduzetnika koje nisu opterećene modelom po kojem se nekada radilo nego se žele širiti na europsko tržište i dalje. Mislim da je to pomak u pozitivnom smislu.

U zadnjih nekoliko godina imali smo s vama nekoliko intervjua i na neki način pratimo i vaš poslovni razvoj. Na tom putu stalno vučete nove poteze, nove ideje realizirate. Koliko je važno sve to poticati i pratiti inovacijama, ne samo u novim proizvodima već i u poduzetničkom razmišljanju?

Inovacija je jedan od najvažnijih elemenata uspjeha i ove tvrtke, ali i onih koje imamo po Americi i Kanadi. Treba uvijek biti ispred konkurencije s novim idejama. Dat ću konkretan primjer ovdje u EcoCortec-u. Mi smo to koncipirali kao proizvodni centar za bio polimere za ekološko pakiranje i mislili smo tada da je Europa spre-

mna za to, ali prevarili smo se u procjeni tržišta pa smo kompletni program i procese morali preorijentirati na antikorozivne folije koje sada prolaze u Europi, ali isto tako smo spremni i za proizvodnju bioplastike. Međutim, europsko tržište još uvijek nije za to spremno i to smo naučili na jako težak način.

To je jako lijepa priča, ali nitko nije spreman platiti te proizvode koji su puno skuplji od plastike. Drugi problem je da sam zakon za bio polimere nije dobro riješen u Europi. O tome svi puno pričaju i pišu, ali ne postoje dobre sirovine, a bez sirovina taj proces se ne može realizirati. Sirovine koje možemo danas nabavljati su ili preskupe ili nisu prilagođene našem procesu. Trenutno Nijemci forsiraju bioplastiku, ali ona se vrlo teško može plasirati na jednom konkurentnom tržištu kao što je Europa.

Takvi proizvodi neće još dugo zaživjeti na prostoru Europe jer ni sama infrastruktura još nije riješena. Kada pogledamo samo na prostoru Hrvatske, ne možemo riješiti problem raz-

vrstavanja otpada, a kamoli koriste nja biorazgradivih vrećica u zbrinjavanju otpada.

Biti poduzetnik nije bauk, ali opreza nikada dosta. Nažalost, i sami smo svjedoci gašenja tisuće malih poduzetnika i obrtnika. Nije li opasno uništiti male iako vi ne spadate u tu kategoriju?

Malo i srednje poduzetništvo je motor, odnosno pogon cjelokupnog gospodarstva. Kada pogledamo države poput Singapura, Finske.. većina zaposlenih radi u malim tvrtkama. I u Americi 75% zaposlenih radi u malim i srednje velikim tvrtkama. To je generator zapošljavanja. Kada držim predavanja poduzetnicima uvijek istaknem kako su inovacije nužne, ali najvažnija osobina za poduzetnika je izdržljivost i upornost. I ova naša tvrtka je imala velike probleme na početku poslovanja, odnosno skoro svih deset godina, ali uspjeli smo ih riješiti. Banka nam je otkazala kredit, 2009. nam se zaustavilo jedno kompletno tržište kada je automobilska industrija stala. Sve smo mi to izdržali, i tu se očituje ta upornost. Možda smo tada zaustavili neke projekte vezane za proširenje tvornice, ali vidite i sami da se dalje razvijamo.

Tri stvari u životu ne možeš izbjeći - smrt, porez i koroziju. Vi ste ipak na neki način pronašli terapiju za koroziju koja je ogroman bi-

znis u svijetu.

Anikorozivni biznis u Europi, Americi i Aziji je gotovo jednak. Otrprike, na zaštitu od korozije se troši oko 4% BDP-a. Na primjeru Amerike je to oko 270 milijardi dolara, u Europi je to oko 250 do 270 milijardi dolara. O tome su se radile studije koje je naručio američki Kongres kako bi se vidjelo koliko društvo plaća za zaštitu od korozije. Ukupno na području Europe, Amerike i Azije se troši jedan trilijun dolara godišnje u te svrhe, za zaštitu infrastrukture, mostova, bojanje brodova.

Koliko zaposlenih ima cijela korporacija Cortec?

225 djelatnika radi u korporaciji.

Jeste li vi zadovoljni poslovanjem, ne fizički, nego financijski?

Da, naravno. U ovom trenutku EcoCortec poslije poreza zarađuje 22% profita. I to je od svih naših tvrtki najviše, čak i od američkih. Naš prosjek je nakon poreza oko 15 do 17% za sve proizvodne jedinice. Mislim da u ovoj našoj branši, proizvodnja ambalaže, plastike... nema niti jedne kompanije u Europi koja ni približno toliko može zaraditi. Naglasio bih da ova tvrtka u Belom Manastiru nema niti kune kredita, a temeljni kapital je 18 milijuna kuna.

Prije jedanaest godina ste uzburkali političku scenu u Hrvatskoj. Je-

rvt
92,9 FM
RADIO VIROVITICA

MARKETING
Tel.: 033/740-003,
fax: 033/740-004
marketing@icv.hr
BESPLATNI MALI OGLASI
SVAKOG RADNOG DANA U 11 i 17.30
Tel.: 060/515-515
Cijena usluge: tel. 3,49 kn/min
mob. 4,78 kn/min, PDV uključen
HT d.d. Savska c 32 Zagreb,
tel. 0800 1234, OIB: 81793146560
Informativni centar Virovitica d.o.o.
Rusanova 1/IX, Virovitica,
OIB:01156745523

CorteCros

Ivan Rogan: „Mi smo mala kompanija sa svega pet zaposlenih, a takvih je tvrtki u Hrvatskoj jako puno propalo unazad desetak godina. Osvrnut ću se na korporaciju Cortec i politiku koju vodi jer to dovoljno govori kao i tehnologija i proizvodi koje ima. Naravno, korozija je ta koja je sve to vukla, ali uspjeli smo održati se na tržištu i uz sve to još i rasti te pozitivno poslovati isto tako bez i jedne kune kredita.“



Boris je i strastveni ribič

ste li još u politici ili je to prošlost?

To je za mene prošlost, ali nije mi žao što sam se uključio u vrijeme kada je to bilo interesantno i meni. Mislim da sam postavio u realnost model nezavisnog političara i nezavisne političke stranke, a vidite i sami koliko se sada nezavisnih lista probija, a tada je to bilo prvi puta da se je netko kao nezavisni kandidat pojavio bez stranke.

Imate li još vikendicu u Belom Manastiru?

Imam i sada sam još jednu kupio.

Ako se sjećam, imali ste tamo breskve?

350 stabala bresaka, a sada ću još i vionograd posaditi.

Još uvijek pečete rakiju?

Naravno.

Jeste li zadovoljni što tu imate vikendicu u kojoj odmarate?

Super. Ponosan sam.

Pitam vas to zato što ste mi prije nekih šest godina rekli da ste znali što vas čeka ne biste krenuli u realizaciju ove tvornice.

Bio sam u krivu, sada sam se predomislio (smijeh).

Kada ste prethodne godine bili gost u Drugoj srednjoj školi Beli Manastir, pitao sam vas biste li željeli s nama obići još neke škole

Što će se konkretno u Splitu raditi?

Ivan Rogan: „Raditi će se dorade određenih kemijskih proizvoda kao što su čistači i odmašćivači, specijalna ulja za dugoročnu i kratkoročnu konzervaciju određenih metalnih elemenata ili gotovih proizvoda i skladištenje koje će suprotirati kako određeni dio prodaje kroz EcoCortec tako i kompletan dio koji ima zaduženje za prodaju tih Cortec-ovih proizvoda od strane Cortecosa na području Jugoistočne Europe i tamo gdje će se pokazati interes kompanije da se plasira proizvod.“

Cilj je postići to da Split bude glavni distribucijski centar za Jugoistočnu Europu i srednji istok te da se dobar dio proizvoda korporacije Cortec iz Amerike sondira u Splitu i da to bude polazna točka za tržišta u ovom okruženju.“

npr. u Osijeku, to bi bila tribina u kojoj biste se vi predstavili učenicima, kada bi vam to odgovaralo?

Može u prosincu ove godine.

Ivan Rogan

Krenut ću od zadnje vijesti iz lipnja ove godine kada je CorteCros iz ruku INE prešao u stopostotno vlasništvo Cortec korporacije. Ukratko, o čemu se radi?

Od 1998. godine do lipnja ove godine smo bili u kompaniji zajedničkog ula-

ganja gdje je Cortec bio s 40% i Crosco kao članica INA-e s 60%. Osnivanje same kompanije je bilo uzrokovano situacijom na tržištu naftne industrije u ono vrijeme pa su htjeli osnivati diversifikacijom neke nove tvrtke. Tako je u ono vrijeme, 1998. godine, Crosco osnovao četiri, pet novih tvrtki različitih namjena, a od svih je opstao samo CorteCros. Nakon niza godina pregovaranja interesi su se počeli mijenjati i konačno je ove godine korporacija Cortec u potpunosti pre-

uzela CorteCros i danas je ta tvrtka u potpunosti dio korporacije Cortec.

Koje usluge će tvrtka CorteCros pružati u okviru kompanije Cortec?

CorteCros je potpuno osvježena tvrtka u smislu biznisa na području Hrvatske i Jugoistočne Europe, uz podršku od strane matične kompanije u kadrovskom, komercijalnom i tehničkom smislu. U punu funkciju nam dolazi naše skladište u Splitu koje do sada bilo podijeljeno na tzv. carinsko skladište i domaće skladište i gdje se carinila roba koja je dolazila iz Amerike jer je oslobođena PDV-a ako se smjesti i tek tada izvozi dalje u Europu. Kada je Hrvatska postala punopravna članica EU, tada je to skladište velikim dijelom izgubilo svoju funkciju jer naši distributeri u Europi preferiraju robu iz Europe gdje nemaju potrebu baviti se carinskim papirima jer se sve događa unutar granica EU, a tu mogućnost mi sada imamo i koristimo je.

Kakvu podršku će CorteCros u sklopu Cortec korporacije pružiti?

CorteCros je tijekom ovih osamnaest godina stekao određena iskustva u komercijalnom, tehničkom i tehnološkom smislu, naročito u vojnoj industriji. Od primjene Cortec-ovih proizvoda u Ministarstvu obrane RH, od primjene istih proizvoda u Ministarstvu obrane Republike Slovenije i raznih drugih kontakata u okruženju vršimo s vojskama u smislu testiranja i ispitivanja te prezentiranja tih proizvoda, a koristeći sve reference koje je stekla korporacija Cortec diljem svijeta i reference koje CorteCros ima na ovom području u smislu vojnog biznisa.

Strategija poslovanja mora biti temeljena na pažljivom odabiru potencijala. Vi ste se odlučili za Split kao novi distributivni centar (dorada proizvoda prema Cortec-ovoj tehnologiji i skladištenje proizvoda). Zašto Split?

Split je nasljeđe koje smo stekli 1998. godine iz suradnje s INA-om, ali s pozicijom se uklapa u strategiju same kompanije Cortec jer se nalazi na raskrižju morskih i cestovnih putova,



odnosno ima dobru povezanost. Već smo uspostavili dobru suradnju na tom području s lokalnom strukturom i prepoznatljivi smo kao kompanija koja već dugi niz godina funkcionira.

Ivana Radić Boršić

U Splitu ćete trebati puno mladih inženjera. Je li to način i recept za zapošljavanje mladih ljudi koji se sve više okreću odlasku iz Hrvatske?

Kroz iskustva Cortec-a u Americi i EcoCortec-a u Baranji može se reći kako nastavljamo istu strategiju zapošljavanja gdje se prije svega pokušava mladim ljudima dati prilika. Za primjer ću navesti EcoCortec gdje smo prije dva mjeseca otvorili šest novih radnih mjesta, gdje su se zaposlili djelatnici dobne granice između 25 i 30 godina. Svjesni smo da iz Baranje veliki broj mladih odlazi većinom u Irsku i taj odliv mlade radne snage je postao već alarmantan.

Naša i Borisova dosadašnja iskustva pokazuju da su mladi ljudi motivirani, ne želim ovdje nikoga diskriminirati i reći da ljudi od 50-ak godina nisu sposobni biti na tržištu rada, ali ipak prije svega pogotovo u Baranji treba dati priliku mladim ljudima da se dokažu.

Hrvatska na ovaj način postaje centralna točka Europe za nove tehnologije, što nije čest slučaj u biznisu. Objasnite nam ovo.

Za Cortec-ovu distributivnu mrežu u Europi, inovativni centar, istraživanje i razvoj, proizvodnja i distribucijski centar je podijeljen između EcoCortec-a u Baranji i CorteCros-a u Splitu. To znači kako je stvorena poslovna grupacija unutar Hrvatske koja veže matičnu tvrtku Cortec u Americi, EcoCortec i CorteCros u Hrvatskoj i Bionetix u Kanadi. Krovna korporacija ove poslovne grupacije je Cortec u Americi.

Kada govorimo o proizvodnji proizvoda za zaštitu od korozije i inhibitora, kažete nam gdje prodajete svoje proizvode i kako ste uspješni ostati konkurentni?

U EcoCortec-u proizvodimo proizvode za pakiranje i konstantno ulažemo u povećanje proizvodnih kapa-



Opušteni dogovor pred snimanje našeg razgovora

citeta, u edukaciju i uvođenju novih sistema koji mogu doprinijeti uštedi u proizvodnim procesima. Tako je sada EcoCorec među prve tri tvrtke koja je certificirana za energetska učinkovitost. U tom smislu se može doprinijeti uštedama u proizvodnom procesu, a kada je riječ o povećanju proizvodnih kapaciteta istaknut ću kako su u zadnjih godinu dana puštene u pogon dvije nove linije za konfekciju i jedna linija za ekstruziju. Prisutno je konstantno širenje proizvodnih programa u smislu tehničkih karakteristika proizvoda i dimenzija proizvoda koje možemo ponuditi europskom tržištu.

Osim toga, povećali smo skladišne kapacitete te svojim kupcima možemo ponuditi i niz kemijskih proizvoda, a većinom se tu radi o proizvodima na bazi vode koji su ekološki prihvatljivi. Sa sve većim zahtjevima koje Europa nameće u smislu ekološke prihvatljivosti proizvoda na bazi vode iz bio obnovljivih izvora, pokušavamo biti prvi koji će takve proizvode za industrijsku uporabu pustiti na europsko tržište.

Najveća europska konferencija o koroziji, koja se svake godine održava na drugoj lokaciji, ove godine je to bilo u Montpellieru u Francuskoj u periodu od 10. do 15. rujna. Mi smo odlučili naš europski sastanak distributera vezati uz to događanje te smo u istom tom tjednu održali svoj sastanak upravo ondje.

Netko je napisao komentar na vašoj web stranici: "Pametni i sposobni s vidljivim postignućima nisu dobrodošli u Hrvatsku."

Mislim da se i taj pristup pomalo mijenja, naročito mladi ljudi, nove generacije drugačije na to gledaju, nisu pesimistični kao starije generacije. Danas su i komunikacije drugačije pa time i pristup informacijama, ljudi su bolje informirani.

Važno je naglasiti da je proces selekcije tehničkih radova koji su bili uvršteni u program težak i restriktivan, a Cortec ima prihvaćenih jedanaest tehničkih radova koji su prezentirani na konferenciji, kroz suradnju sa Sveučilištem u Zagrebu, Fakultetom kemijskog inženjerstva, Fakultetom inženjerstva i brodogradnje i s fakultetom California State University-Northridge.

Godišnja strategija i suradnja koju Cortec ima u Europi, prisutna je i na

drugim kontinentima. To znači da mi educiramo mlade inženjere koji će za desetak godina raditi u nekoj tvrtci i baviti se problemima korozije, a naša tehnologija im neće biti nešto strano.

Hrvatska se općenito promovira kroz sport, turizam, ali i kroz vaše nove tehnologije. Postoji li još nešto kroz što bismo se kao zemlja mogli promovirati, a nismo to prepoznali i iskoristili?

Imamo velike potencijale u proizvod-



RADIO
NOVA GRADISKA 98.1Mhz
GUNDULIČEVA 7 NOVA GRADISKA | HRVATSKA | CROATIA

WEB: WWW.RADIONG.HR
TEL./FAX: 035/397-013
E-MAIL: INFO@RADIONG.HR



Ljubimac sluša svoga gazdu

nji organski uzgojene hrane, ali vjerojatno je tu i mnogo drugih potencijala. Ovo možda nije brendiranje, ali tradicija je da mi na našem europskom sastanku svake godine nagrađujemo izvrsne distributere, a ove godine je Boris za njih osigurao tjedan dana krstarenja po Jadranu na Borisovoj jahti. Tako da je pet najboljih upoznato s blagodatima koje pruža naša zemlja. Prošle godine smo imali ovdje slovenske distributere koji su bili oduševljeni ljepotama Baranje, a osobno smatram da Baranja predstavlja kontinentalni turistički biser.

Ana Juraga

Vi radite marketinški dio za cijelu korporaciju? Kako razvijate marketinšku strategiju?

Pokrivamo europski kontinent, čak i ostatak svijeta. Iz Zagreba uspijevamo promovirati naše proizvode, plasirati ih u medije, većinom na engleskom jeziku, ali i na drugim jezicima

te ih tako učiniti dostupnima velikom broju ljudi iz struke, inženjerima. Većina inženjera sada već zna za Cortec-ovu tehnologiju, ali bitno je da naša poruka dopre do što većeg broja čitatelja, odnosno ljudi iz struke. Pristupamo tako da to bude na globalnoj razini, te da poruka bude dostupna što šire jer mi smo globalna kompanija.

Koje kanale koristite pri tome? Kako struka može saznati za vas, putem konferencija i sl.?

Idemo na konferencije, prisutni smo na svim relevantnim sajmovima to se pokazalo kao odličan kanal gdje veliki broj ljudi dolazi u kontakt s Cortec-ovim proizvodima i uslugama. Napravili smo jedan jako dobar i profitabilan model gdje redovno obavještavamo medije (napravili smo odličnu bazu kontakata svjetskih medija) o svim novostima koje se događaju u kompaniji Cortec i novim proizvodima. To su većinom pisani medi-

ji. Koristimo i društvene mreže, jedna od njih je LinkedIn gdje ima puno grupa inženjera iz različitih područja i to se pokazao kao odličan kanal s kojim će naši proizvodi doći do krajnjih korisnika.

Na koji način možemo doprinijeti brandiranju Hrvatske?

Svi bismo trebali doprinijeti brandiranju Hrvatske u svijetu. Upravo kroz ove naše članke s kojima smo prisutni u relevantnim tehničkim časopisima u svijetu, EcoCortec i Hrvatska su toliko puta spomenute u posljednjih šest godina, ti članci su objavljivani

je svega veliki rast, od proizvodnje, strojnog parka, osoblja u proizvodnji, servisnog osoblja do osoblja u uredu. Narasli smo do te mjere da nam više nije dovoljan postojeći kapacitet i planira se ubrzano krenuti u izgradnju još jedne ovakve hale i još većeg stroja.

Sjećam se da je nešto slično već prije bilo planirano?

To je jedan plan koji ima svoj kontinuitet i naprasno je potresima u svjetskoj ekonomiji zaustavljen na neko vrijeme, ali on je od samog početka gradnje bio planiran.



Boris Mikšić ispred tvornice EcoCortec

na petnaestak jezika i smatramo kako je to odličan način da se osim promoviranja naše tvornice promovira i Hrvatska, odnosno zemlja u kojoj smo mi locirani i iz koje sve poizlazi.

Je li teško biti voditelj ureda i koliko imate ovdje zaposlenih?

Tim je ovdje odličan i jako je lijepo raditi s njima. Ukupno nas ovdje ima 32 zaposlenih, a u početku je tu bilo samo šest djelatnika.

Predrag Zvečevac

Tvornica EcoCortec u Belom Manastiru je izgrađena 2006. g. Što se sve događalo u proteklih deset godina?

U EcoCortec-u do izražaja dolazi pri-

Koliko zaposlenih ima u CorteCros-u?

Trenutno ima pet djelatnika.

Mirjana Glavaš

Vladimir Mihajlović

Ima li korporacija Cortec neki cilj, odnosno u kojem bi udjelu željela sudjelovati na tržištu?

Fredonia Institut, jedan od najrespektabilnijih instituta u Americi koji se bavi istraživanjem tržišta i dio su Harvarda, napravili su studiju o proizvođačima inhibitora korozije i po prvi puta Cortec se probio među prvih pet na svijetu, a po rastu smo na prvom mjestu. Još jedan institut u Americi je radio studiju o novim inovativnim proizvodima u području zaštite od korozije u čitavom svijetu. 24% svih novih proizvoda koji su lansirani u svijetu u razdoblju od 2010. do 2015. g., došlo je iz Cortec grupe. To je formula 20-20-20 o kojoj svi pričaju, 20% godišnje rasta, proizvodnje i prodaje, 20% uštede i 20% novih tehnologija. Mi smo proizvođač i ušteda je u našem poslovnom modelu koji se zove vertikalna integracija. Ovo što smo napravili u Splitu je dio te vertikalne integracije jer i logistika je dio toga. Mi moramo našim kupcima ponuditi najbolji poslovni model kako bismo njima uštedjeli novac, a mi se na taj način probijamo na tržište.

