

Znovuzrozený PRIM se vrací do budoucnosti

Prim je silnější a investuje do budoucnosti



ELTON hodinářská, firma vyrábějící slavné hodinky Prim, otevřela Martinu Pabiškovi nový svět. Z automobilového průmyslu a sériové „just-in-time“ velkovýroby se totiž ocitl v manufaktuře, kde pětatřicet hodinářů vyrábí speciály a malé série, každé hodinky vezmou stokrát do ruky a na konci procesu není nudná pružina či kus nárazníku, ale krása. Krása, která měří čas. To ovšem neznamená, že ten tady plyne pomaleji. Generální ředitel a předseda představenstva Martin Pabiška má za sebou hektický rok. Během něj převzal řízení firmy ELTON hodinářská, udělal v ní tvrdou restrukturalizaci, dostal jí

zpět do černých čísel a především jí ukázal budoucnost. Vizi s pevnými základy, na nichž se tradiční příběh může opět rozvíjet.

Čím by měl Prim zaujmout v 21. století, kdy lidé nosí Apple Watch a na ruku jim přibývají elektronické náramky?

Řemeslem. Ruční prací. Tím, že naši hodináři vezmou každé hodinky stokrát do ruky, než vzniknou. Jsme manufaktura a svět se vrací k řemeslné práci. A to je naše vize i pro toto století. V naší vizi nepočítáme se sériovou výrobou chytrých plastových hodinek, ale vždy budeme ručně dělat speciály a limitované edice. Takové, které mají nejen přidanou hodnotu v individuální výrobě a značce Prim, ale jsou ceněné i investičně. Loni jsme přišli s konstrukčně vylepšeným mechanickým strojkem, dokončujeme mechanické hodinky s mimostřednou ručičkou, uvažujeme o chronografech. To je naše cesta na další měsíce a roky.

Pomáhá Vám návrat světa k retro stylu?

Možná trochu ano, ale my nechceme ustrnout jako retro. Naopak. Začínáme spolupracovat s vysokými školami, máme nové designéry, firmu zásadně měníme. Zevnitř i zvenku. Prostě pracujeme na znovuzrození Primu a vlastně děláme restart celé značky, kterou chceme dostat opět na výsluní, kam historicky patří.

V rámci holdingu Czechoslovak Group, který v ELTON hodinářské loni převzal majoritu, musí být Prim vedle Tatry či Avie třešnička na jeho dortu tradičních českých značek. S novým vlastníkem jste přišel i vy?

Ano. Pracuji dlouhodobě jako krizový manažer, jsem strojař, byl jsem činný hlavně v autoprůmyslu a někdy v únoru 2016 jsem potkal pana Jaroslava Strnada, který tehdy přebíral ELTON hodinářskou. A ukázalo se, že krizového manažera bude potřebovat.

Naši hodináři vezmou každé hodinky stokrát do ruky, než vzniknou.

Co jste udělal jako první?

Začali jsme pracovat s tamním skvělým týmem lidí, což jsou srdcaři, kteří díky vstupu nového investora zase dostali vizi do budoucnosti. A musím říct, že se to podařilo, že v době tvrdé restrukturalizace neodešel z firmy vlastně nikdo. Samozřejmě jsme museli stabilizovat finanční toky, dohlédli jsme na to, abychom dostali pod kontrolu cash-flow a prošli jsme všechny náklady a příjmy. ELTON byl předtím dlouhodobě ztrátový, takže jsme skládali zase kostky dohromady. A vedle toho jsme se podívali na strukturu výroby a obchodu. Je třeba si uvědomit, že jedeme zakázkovou produkcí, každé hodinky jsou malý projekt a celá výroba je proto velmi komplexní. Jen aktuálně máme živých zhruba 350 zakázek, které jsou v různé fázi.

Jak dlouho trvala restrukturalizace?

Řekněme, že ta žhavá fáze zhruba šest až devět měsíců. Přizvali jsme poradce, začali jsme přecházet na mezinárodní standardy účetnictví IFRS a na konci loňského roku byla firma vyčištěná a připravená na to, abychom mohli zase stavět na zdravých základech. Loni v srpnu jsme začali vyjednávat také o refinancování, protože firma byla dlouhodobě nepříliš výhodně úvěrována. Udělali jsme výběrové řízení a nakonec jsme navázali spolupráci s ČSOB.



0 kolik se Vám zlevnilo financování přechodem do ČSOB?

Nechci říkat konkrétní podmínky, ale jsou neporovnatelně výhodnější. A nejde jen o úrokové sazby, ale hlavně o komplexnost nabízených služeb a servis. Jak se o nás banka stará, jak s námi aktivně jedná. Když je nutné podepsat ještě

například další dokument související s financováním, tak přijedou její bankéři za námi. Prostě se cítíme jako zákazníci.

Jak měníte Prim směrem ven? Směrem k zákazníkům?

To je zásadní věc. Najali jsme nový marketingový tým a chceme, aby lidé zase začali cítit, že jde ze značky Prim energie. Že je fresh, že míří do budoucnosti. Zveme zájemce, ať se přijedou podívat k nám do manufaktury, ať opravdu vidí, jak tam každé hodinky vyrábíme a kolik práce na nich naši hodináři odvedou. Loni jsme udělali první hodinky z bronzu, což je v branži velmi neobvyklé a rozšiřujeme zkušenosti s titanem, zlatem, platinou či damascénskou ocelí. A vracíme se i ke starým technologiím, jako je smaltování. Na trhu nás to odlišuje.

Jsme ruční výroba s pětatřiceti hodináři a našim cílem je spolupracovat s významnými klenotníky a designéry na českém i světovém trhu

Jak do vašeho konceptu zapadá nový vlajkový obchod v obchodním domě Kotva?

To byla jedna z prvních větších investic do obchodu. Je třeba si uvědomit, že my nejsme, nebudeme a ani nechceme být velkosériovou výrobou. Naopak. Jsme ruční výroba s pětatřiceti hodináři a našim cílem je spolupracovat s významnými klenotníky a designéry na českém i světovém trhu. A budovat tak kolem naší značky bonus exkluzivity. Což pak znamená, že je její nákup zajímavý i z pohledu investičního. Proto chceme mít v Česku jen několik krásných obchodů na těch nejzajímavějších místech, které budou tradiční směřování Primu podtrhovat. Ale jdeme postupně. Nejprve jsme stabilizovali výrobu, přišli jsme s dvěma novými speciály – jeden je věnovaný Václavu Havlovi, druhý Karlu IV. – a teprve když máte usazenou produkci, můžete intenzivně rozvíjet obchod. Což teď děláme. Pro nás je důležitý osobní kontakt se zákazníky a

rozdíváme také segment B2B, kdy umíme připravit firmám série hodinek přímo na míru. Včetně jejich designu, pouzder i číselníků.

Proč vznikla limitovaná edice PRIM HIROSHIMA?

To je skvělý příběh. Japonští hodináři – obchodníci mají velmi dobře zmapovaný světový trh hodinářů a vědí o nás díky tomu, že jedna japonská studentka, která zde studovala, doma připomněla, že Atomový dóm v Hirošimě byla původně stavba, kterou architektonicky připravil Čech Jan Letzel. Byl to rodák z Náchoda, což je kousek od Nového Města nad Metují, kde my vyrábíme. Pro Japonce je velkou architektonickou modlou, a když zjistili, že kousek od jeho bydliště existuje manufaktura na hodinky, vydal se náš současný obchodní partner do Česka a nakonec jsme společně připravili tuto kolekci. Japonský zákazník totiž poptává teď přesně to, co je naším základním DNA – tedy čistotu a nadčasovost designu, unikátnost a přidanou hodnotu.

Jaké jsou teď pro vás klíčové modely hodinek?

Ikonické jsou řady ORLÍK, DIPLOMAT, SPARTAK či BRUSEL. Klíčové projekty pro ELTON hodinářskou jsou mechanické hodinky s vlastním strojkem a často také s ručním nátahem, což mají naši zákazníci rádi. Loni jsme v jednom našem produktu opustili švýcarský strojek značky ETA a nahradili jsme ho vlastním strojkem, který se nám podařilo dovyvinout. A například Japonci to velmi kvitují, chtěli si na něj počkat. Nyní tedy najdete in-house strojek ve většině našich mechanických hodinek, kromě jednoho specifického modelu. A druhým důležitým segmentem jsou limitované edice. Chceme každý rok přicházet se třemi až čtyřmi. S takovými, které budou mít významný společenský a historický přesah.

Jak by měla firma ideálně vypadat za pět let?

Tak, že bude mít širší portfolio vlastních mechanických strojků, skvěle fungující obchodní síť v Česku, protože

tuzemský trh je pro nás stále klíčový a začneme růst do zahraničí. Chceme rozvíjet náš trh v Japonsku a rád bych k němu přidal ještě minimálně dvě tři další destinace. Budeme dál používat selský rozum, držet se vysokých standardů řízení a budeme budovat značku, která patří k českému rodinnému stříbru, jehož nejdůležitější přidanou hodnotou, jsou naši hodináři.

Pohled experta



Michael DOUBEK

ředitel pobočky pro korporátní klientelu Hradec Králové
mdoubek@csob.cz

Je správné rozvíjet tradice. Patřím ke generaci, které při vzpomínce na své první hodinky vyvstane v paměti slovo PRIM. Hodinky spolehlivé, s čistým a účelným designem. Nástup digitální techniky sice hodně změnil, ale člověk má tendenci vracet se k jednoduchým a elegantním řešením. A to je i příležitost pro PRIM a firmu ELTON. Ta by se po provedené nákladové a procesní restrukturalizaci, spuštěné pod patronací nového vlastníka a s novým vedením společnosti, měla stát další obnovenou tradiční a ryze českou značkou krásného výrobku, o němž se bude zase s obdivem hovořit. A to nejen v Česku. Bude to trnitá cesta, avšak tento jedinečný produkt má schopnost naplňovat touhu odlišit se a mít přitom cosi tradičního a s jedinečným designem.

ČSOB, jakožto lokální banka s dlouhou tradicí podporující smysluplné inovativní projekty, aktivně vstoupila do spolupráce s firmou ELTON v nedávné době. Velmi si ceníme přístupu a otevřenosti vedení společnosti, které je, společně s novým hlavním akcionářem, hlavním motorem změn a potenciálního růstu firmy. Společně s kolegy bych chtěl firmě ELTON a značce PRIM popřát hodně obchodních úspěchů, spoustu nových elegantních nápadů a designů a především nových zákazníků, pro které se jejich hodinky opět stanou tím nejlepším osobním stylem.