

# Když chcete uspět, nemůžete zvolnit

František Fabičovic spolu se svou ženou Radkou Prokopovou vybudovali největšího středoevropského výrobce sanitární techniky společnost Alcaplast, což je zjednodušeně řečeno vše, co najdete za dlaždičkami vaší koupelny. Na trhu jsou přes 20 let a dodnes je neopouští apetit dál růst a brousit kolem sebe věci k dokonalosti. „Dopět let bychom chtěli být na tržbách kolem čtyř miliard korun, tedy na dvojnásobku,“ říká František Fabičovic, jenž volný čas věnuje zvelebování a zavodňování jihomoravské krajiny a razí přístup, že nemá smysl budovat něco, co vás potom nebude těšit.



## Když se řekne Alcaplast, co si máme představit?

Vyrábíme prakticky veškerou sanitární techniku, jakou si umíte představit. Moduly a armatury na toalety, moderní kovové žlaby do sprchových koutů bez vaniček, sifony, letos jsme vyhráli iF

Design Award za bezdotyková splachovací tlačítka. Dohromady stovky různých výrobků nejen z plastu, ale také z kovu. Původně jsme chtěli mít malou fabričku s obratem do 100 milionů ročně, ale nějak se nám to vymklo (smích).

### **Jak vás vlastně napadlo začít vyrábět něco takového, jako je sanitární technika?**

Já s ní nejprve obchodoval. Před rokem 1989 jsem pracoval jako vedoucí údržby a zásobování v mikulovské Jednotě a měl jsem tedy přehled o tom, po jakém zboží je největší poptávka, čeho je přebytek a čeho zase nedostatek. Tím padla moje volba na tento obor.

### **Jak se z obchodníka stane výrobce? Jaký byl váš první výrobek?**

První bylo plastové sedátko, prodávali jsme jich tehdy 10 tisíc měsíčně. Ale opravdu první zásadní a technický výrobek byl vypouštěcí ventil, tedy splachovač se stop-systémem na 3 a 6 litrů vody. V listopadu 1998 šel na trh, dodávali jsme ho do keramiček vyrábějící toaletní mísy a postupně ho vylepšovali. A časem se nám také podařilo stáhnout jeho výrobu do vlastní továrny. Zjistil jsem, že výrobou u subdodavatelů přicházím o velkou marži. To byl opravdový start Alcaplastu.

### **Jak se za tu dobu proměnili vaši odběratelé?**

Určitě velikostí. Ale vlastně jsou to stále velkoobchodníci se sanitárním materiálem, hobbymarkety a napřímo výrobci celých koupelnových systémů jako je například Ravak či Rocca, tedy keramičky. Z hlediska exportu jsou naši největší odběratelé v Německu a v Rusku. A samozřejmě nevyrábíme jen pod naší značkou. Naší výhodou ale je, že vyrábíme celý sortiment sanitární techniky a ročně proškolíme 4000 instalatérů. To nám dává zase skvělou zpětnou vazbu. Často se zákazníky mluvíme a přímo s jejich odborníky z praxe řešíme, co by se mělo vyrábět, a jak jednotlivé výrobky zlepšovat. Inovujeme neustále.

Původně jsme chtěli mít malou fabričku s obratem do 100 milionů ročně, ale nějak se nám to vymklo.

**Letos jste dokončili novou výrobní halu za více než 200 milionů korun a poprvé pokoříte v tržbách více než 1,5 miliardovou hranici. Je teď nejlepší období v historii Alcaplastu?**

Zakázek je opravdu hodně, ekonomicky se nám daří skvěle a vlastně ani nestačíme vyrábět. Což je zase věc, která nás trochu trápí, protože si zakládáme na tom, že vše, co zákazníkům slíbíme, také splníme. Takže se průběžně snažíme o automatizaci výroby, byť u nás bude vždy velký podíl ruční práce, jinak to v portfoliu pěti set různých výrobků ani nejde. Ale jsme hrdí na to, že firmu budujeme od nuly, nikdo nám na rozdíl od zahraničních investorů nepomohl a nikdo nám neotvíral dveře ani do ciziny, byť teď exportujeme 70 % produkce. Všechny obchodní úspěchy i získána mezinárodní ocenění jsme dosáhli pouze vlastní zásluhou našich lidí. Je to tak nejlepší, protože se při tom spoustu věcí naučíte. Proto razím heslo: pomoz si sám.

**Jak se to projevuje v každodenní činnosti?**

I když je celá řada našich výrobků skryta musí dokonale a dlouhodobě plnit svou funkci. Proto dbáme například na to, abychom u sebe významně koncentrovali celý výrobní řetězec. Postupem času jsem zjistil, že jedině tak udržíme kvalitu, jakou potřebujeme. Je to možná méně efektivní, než kdybychom více nakupovali od subdodavatelů. Špatné zkušenosti s vracením nedokonalých polotovarů a vysvětlováním celého výrobního procesu jiným společnostem, mě v tom utvrzují. Nikdo nás také nemůže dopředu kopírovat. Když jdeme s něčím na trh, známe detaily výrobku jen my sami.

**Jak se bráníte levné konkurenci z Asie? Přeci jen sanitární technika, která za zdí není vidět, je něco, čím se člověk nechlubí a může mít tak tendenci na ní šetřit.**

Kvalitou, o tu jde na prvním místě. Naši obchodní partneři to mají odzkoušené, takže se k nám vracejí. Horší je, když si někdo sám rozhodne udělat koupelnu a koupí si například levné koupelnové žlaby z Číny, které nejsou ošetřené, takže rezaví už v obchodě a navíc jim chybí sifon. Všechen zápach z kanalizace jde tak do koupelny. A potom takový člověk chodí mezi kamarády a haní dané řešení obecně, což dopadá i na nás, i když vůbec neví, že ho má úplně špatně.

### **Jak vám pomáhá v byznysu banka?**

S ČSOB intenzivně spolupracujeme v oblasti investičních pobídek, zahraničních plateb a při dlouhodobém zajišťování kurzu měn. Úvěry momentálně nemáme a ani nepoptáváme, stačíme si na investice vydělávat, ale to neznamená, že to během několika let nezměníme. Máme záslusk na velké a moderní technologie, které by nás posunuly hodně dopředu.

### **Kde byste rád firmu viděl řekněme za tři až pět let?**

Na příštích pět let máme naplánovány investice do výroby na 1,1 miliardy korun. A to jsme za poslední dva roky proinvestovali už půl miliardy. Tomu musejí odpovídat samozřejmě i finanční výkony. Pokud se letos dostaneme na 1,7 miliard tržeb, do čtyř let bychom chtěli být někde kolem čtyř miliard. Díváme se proto i na další firmy, které by nám mohly pomoci růst rychleji. Ať už nějakou spoluprací třeba v trochu jiném segmentu, nebo akvizicí.





## Co vás žene v byznysu dál?

Když chcete byznys dělat dobře, tak nemůžete zvolnit. Ženou nás dopředu zákazníci s tím, jak stále poptávají nové a nové věci a samozřejmě také zodpovědnost vůči zaměstnancům. Baví mě sledovat vývoj firmy, dívat se, kolik konkurentů jsme už přeskočili a co dalšího můžeme ještě dokázat. České technické výrobky byly vždy dobré a měli bychom proto ukázat, že i ryze české firmy umějí být ve svých oborech na špičce i dnes.

## Ve svém volném čase se věnujete také tomu, že vrátíte krajině její původní ráz. Co vás vedlo k založení vyhlášené obory Obelisk?

Odmalička jsem pozoroval, jak se tady reguluje Dyje a vůbec se mi to nelíbilo. Místo dnešní obory byly původně dvě obrovské pole, 300hektarové lány, které se nám podařilo přetvořit podle historických pramenů zpět do meandrující řeky, zalesnit a zavodnit. Ze šesti hektarů vodních ploch je dnes 46 hektarů. Původně se do projektu navázely všechny instituce, které

mohly, vyčítaly mi, že území zničím a dnes to dávají jako vzorový příklad. Navíc opětovné zavodňování krajiny je zvláště dnes více než aktuální téma.

### Co to obnášelo?

Odvezli jsme odtamtud například 46 kontejnerů odpadu včetně tří nákladáků ojetých pneumatik. Bylo to takové území nikoho na rozhraní tří obcí. Dnes je tam nově vysázeno 100 hektarů lesa a je to prostě můj koníček. Chce to jiný způsob přemýšlení, než musím mít práci, ale vlastně to žádná velká věda není. Když nevíte, jak s krajinou v konkrétním místě naložit, stačí se podívat, co tam dělali naši předci.

### Na celém vašem podnikání i přesahu do okolí je vidět, že máte smysl pro detail a precizní řešení. Takto jste to měl vždy?

Nás to naučila konkurence. Měli jsme štěstí, že jsme museli vždy čelit nejlepším evropským firmám. Bez nich bychom tak daleko nebyli. A velmi precizní je také moje paní. Vlastně už to cítíme jako samozřejmost. Nemá přece smysl budovat něco, co vás potom nebude těšit.

## Pohled experta



**Vladislav Kotrc**

ředitel pobočky pro firemní klienty, Brno

---

Radka Prokopová a František Fabičovic umí měnit věci kolem sebe. K lepšímu a s citem pro detail. Vidět je to nejen na jejich společnosti Alcaplast, kterou už 20 let rozvíjejí a dnes je středoevropským lídrem v oboru sanitární techniky, ale také na otisku, který nechávají mimo své podnikání. Obora Obelisk navrácí rázu krajiny původní podobu a, stejnojmenné vinařství vysazuje odpovídající odrůdy vinné révy na původních polohách, a to s důrazem na šetrnou práci ve vinohradu i ve sklepě. Jako skupina ČSOB jsme rádi, že jim můžeme být platným partnerem pro realizaci dalších ambiciózních záměrů Alcaplastu. Baví nás pomáhat firmě poradenstvím při získávání veřejné podpory a v exportu platebními či dealingovými službami. Úspěch Alcaplastu je založen na kvalitě, inovativnosti a průběžném investování. Těším se na další společné projekty a přeji jeho majitelům, ať je neopouští smysl pro strategický pohled i nejmenší detail.