

LUXURY

BUSINESS

ROZHOVORY S ÚSPĚŠNÝMI BYZNYSMENY
INSPIRATIVNÍ PŘÍBĚHY LIDÍ, KTEŘÍ SE NEBÁLI RISKOVAT
PODNIKATELSKÁ ODVĚTVÍ, U NICHŽ SE CENÍ ODVAHA

Vlastimil Fabík

Nakupování ho moc nebaví. Přesto je to právě on, kdo staví jedny z nejnavštěvovanějších obchodních center na Moravě a v Čechách. Shopping parky ale nejsou jedinou aktivitou, do níž investuje čas. Žije také fotbalem a dává do něj miliony ročně.

připravila KATEŘINA DAŇKOVÁ

Když se lidí ve Zlíně zeptáte na Vlastu Fabíka, většina mužů vám okamžitě odpoví: „To je mecenáš, co sponzoruje naše fotbalisty.“ I když se narodil ve Vsetíně, kde sídlí i jeho společnost Fastav Development zaměřená na výstavbu obchodních řetězců, žije ve Zlíně a jeho firma je generálním sponzorem místního prvoligového fotbalového klubu.

Proč jste se rozhodl vstoupit do světa sportu?

Fotbal mě baví, jsem zlínský patriot a chtěl jsem místnímu fotbalu pomoci. Tři roky jsem sponzoroval druhou ligu, tu první sponzoruji už čtvrtým rokem.

Můžete ze své pozice ovlivnit složení týmu?

To není moje parketa. Řeknu svůj názor, ale složení týmu je na manažerovi Zdeňku Grygerovi a majiteli klubu Zdeňku Červenkově.

Kdybyste mohl pro zlínský klub koupit jakéhokoli světového hráče, který by to byl?

Top hráčů je opravdu hodně, záleží, na jaký post by to mělo být. Pro zlínský fotbal bych koupil stopery – Jakuba Jugase a Tomáše Hájka, oba jsou navíc zdejší odchovanci.

A vy sám fotbal hrajete?

Ano, pro zábavu, například se svým synem.

Co přináší propojení s fotbalem vaší firmě a co vám osobně?

Fotbal je adrenalin, zábava i zklamání, ale hlavně mě baví. Zápas hodně prožívám. Pokud prohrajeme se ctí, tolik mě to nebolí. Jestli do toho ale kluci nedají vše, jsem zklamaný a dám jim to najevo. Možná jsem teď trochu známější osoba. Mé podnikání ale fotbal prakticky neovlivňuje.

Jak dlouho už podnikáte?

Začal jsem v roce 1990 a moje jediné zkušenosti byly ze stavby, kde jsem pracoval dva roky jako pomocný dělník. Neměl jsem co ztratit. Začal jsem se stavařinou, kterou jsem uměl, a po zkušenostech z práce v Německu v roce 1993 jsem se pustil do developmentu. Přestal jsem dělat dodavatele a stal se investorem. Lidé si nás často pletou se stavební firmou, ale jsme developeri. Stavíme na klíč obchodní centra a spolupracujeme s řetězci, jako jsou Tesco, Ahold, Billa, Penny, Kik či Planeo. S neustále se rozšiřujícím portfoliem našich vlastních nemovitostí, zejména retail parků, se také věnujeme jejich udržitelnosti, to znamená jejich správě, obnově, pronájmu, marketingu a tak dál.

Ve volném čase se Vlastimil Fabík rád vypraví do přírody, která ho pozitivně nabíjí. Miluje sport, hokej, házenou či kickbox, osudovým se mu stal ale fotbal. Od roku 2011 sponzoruje jeho firma FC Fastav Zlín a klub šel za tu dobu výrazně nahoru. Vlastimil Fabík má dvě děti, dceru a syna. Ten studuje průmyslovou školu a vyrůstá z něj tak otcův nástupce.

A man with short dark hair and glasses is standing with his arms crossed. He is wearing a light blue long-sleeved button-down shirt and a brown leather belt. He is positioned in front of a large window that looks out onto a cityscape at sunset or sunrise. The background is bright and slightly blurred. The text is written in a cursive script in the upper right corner.

*„Narodil jsem se
ve znamení Berana,
mám pevnou vůli
a přímý tah na bránu.“*



Co bylo pro vás v podnikání nejtěžší?

Ve Zlínském kraji jsem byl asi nejmladším majitelem firmy – v roce 1992 jsem měl jen třiadvacet let, zato už sto zaměstnanců. Byli tu ovšem i podnikatelé s bohatými zkušenostmi v oboru, a tudíž bylo těžké se s takovou konkurencí poprat, vybojovat si místo mezi staršími bary. Za dnešním úspěchem firmy stojí i moji kolegové, zaměstnanci. Bez kvalitního týmu by firma takového úspěchu nikdy nedosáhla.

Oslovujete obchodní řetězce vy, anebo ony vás?

Komunikace probíhá obousměrně, najít místa s potenciálem pro výstavbu obchodního centra je těžké, trh je už poměrně hodně nasycený.

Na samotnou stavbu si najímáte stavební firmy. Jste s jejich kvalitou v Čechách a na Moravě spokojení?

Ano, jsem. Vybereme firmu dle výběrového řízení, na stavbách pak máme vlastní stavební dozor.

Po dostavění centra objekt zadavateli odprodáte, nebo pronajímáte?

V posledních letech se soustředíme na výstavbu našich vlastních nemovitostí, které dlouhodobě pronajímáme. Našími obchodními partnery jsou etablované maloobchodní řetězce, většinou se jedná o mezinárodní značky, jak už jsem zmínil.

V čem jsou výhody a nevýhody pronájmu?

Obecně lze říct, že pronájem je dobře fungující model. Nevýhodou je křehkost těchto vztahů, pokud se obchodním jednotkám v dané lokalitě nedaří.

Pocítujete v posledních pěti letech nějaké změny ve svém oboru, objevují se nějaké nové trendy?

Doba je dynamická, v mnoha ohledech velmi složitá. Jako všichni narážíme například na limity trhu práce, kterým částečně přičítáme zdražení cen stavebních prací. To je pro nás zásadní.

Co je pro vás větší satisfakce, postup FC Fastav Zlín do Evropské ligy, nebo velký kontrakt na stavbu nějakého nového obchodního centra?

Postup FC Fastav Zlín do Evropské ligy. Práce je práce a fotbal je zábava.

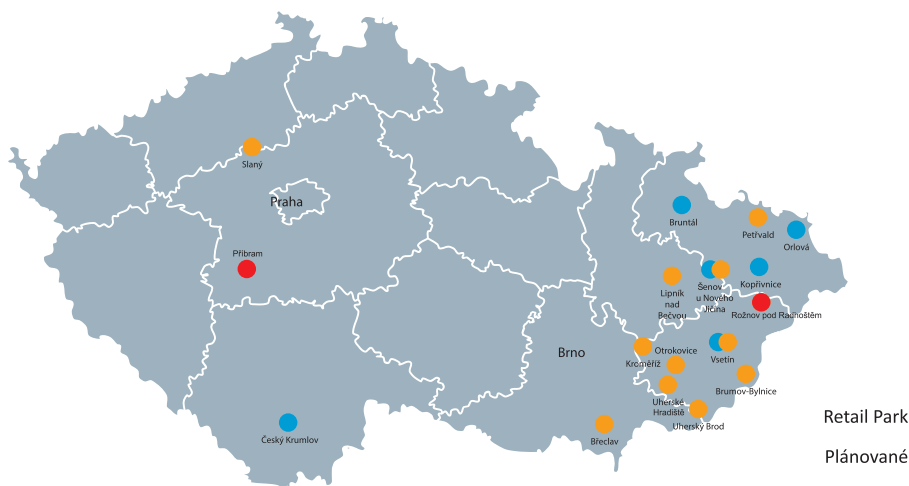
Na fotografii nahoře: K úspěchům fotbalového klubu FC Fastav Zlín patří kromě postupu do Evropské ligy UEFA bezesporu i vítězství národního poháru MOL Cup v sezoně 2016/2017.

Na fotografiích dole: Nákupní centrum Fastmall v Senově u Nového Jičína (devět prodejen na více než 5 000 m²) je otevřeno od roku 2012.

80
Přes 80 realizovaných projektů řadí společnost FASTAV DEVELOPMENT k předním developerům obchodních center. Spolupracujeme s největšími obchodními řetězci, mezi které se řadí společnosti jako TESCO, Ahold nebo Rewe group. Připravujeme komplexní developerské projekty - zajišťujeme výkupy pozemků, příslušná povolení, kupní nebo nájemní smlouvy, dohody s obchodními partnery, financování a výstavbu.

40 000
Nicméně naše aktivity sahají ještě dále. **V současné době pronajímáme více než 40 tisíc metrů čtverečních vlastních obchodních ploch pod značkou Fastmall.** Tyto retailové parky se rozvíjí v návaznosti na projekty maloobchodních ploch našich obchodních partnerů a jsou posléze dlouhodobě pronajímány jiným obchodním řetězcům převážně se sortimentem oděvů, obuvi, drogerie, elektra nebo sportovních potřeb.

20
Naše působnost na českém i slovenském trhu je více než 20 let. Všechny naše projekty se vyznačují citlivým přístupem k okolnímu prostředí. Velmi často jde o projekty na tzv. „brownfields“, tedy na chátrajících územích. Naše projekty tak často přinášejí život do míst, kde dlouho nebyl, a pozitivně tak působí na jejich rozvoj. Naší hlavní snahou je, aby hodnota našich projektů byla dlouhodobá a trvalá. I z tohoto důvodu se snažíme vytvářet takové synergické efekty, které zaručí našim projektům dlouholetou atraktivitu z pohledu našich obchodních partnerů. Naším cílem není území dobývat, ale rozvíjet.



Retail Park ■
Plánované ■
Ve výstavbě ■

