



■ **Charismatický Francouz Philippe Riboton je v Praze jako doma. Poprvé přijel počátkem 90. let, kdy začal vydávat známý časopis Prague Tribune.**

LOVEC HLAV

Philippe Riboton je asi jediný lovec, jehož „oběti“ jej dobrovolně a rády vyhledávají. Je headhunterem, mužem, který pro přední evropské společnosti loví ty nejlepší manažerské mozky.

Text: Petr Kain

POPRVÉ přijel do Prahy počátkem 90. let, když se Československo učilo dýchat svobodný vzduch. Mladému Francouzi Philippu Ribotonovi zdejší atmosféra učarovala a rozhodl se zůstat. Založil kulturní časopis o byznysu a životním stylu The Prague Tribune a zároveň personální agenturu. Dnes „loví“ Riboton napříč celou Evropou ty nejchytřejší a nejtalentovanější manažerské mozky.

Povězte mi, jak jste se vlastně dostal k novinářině?

Studoval jsem politické vědy v Political Sciences Institute ve Francii, což je klasická cesta, již jdou lidé, kteří potom končí ve státních úřadech, nebo třeba v politice či médiích. Chybělo málo a i já jsem šel do politiky, hned po absolvování školy mi byla nabídnuta práce asistenta jednoho francouzského poslance. Nakonec jsem se ale rozhodl pro jinou cestu. Roli v tom hrála i skutečnost, že již při studiu jsem začal pracovat jako novinář v jednom regionálním deníku. Měl jsem tehdy pocit, že jsem se pro práci novináře narodil, že to je přesně to, co chci v životě dělat. Byla to nesmírně pestrá práce, psal jsem o všem,

o politice, byznysu, kultuře, celebritách, což byla velká zábava, a dokonce i o zločinu, což byla zase velká zkušenost. Pak jsem se přestěhoval do Paříže a začal pracovat v jednom časopisu zaměřeném na marketing a komunikaci, kde jsem také potkal své budoucí byznysové partnery. Byli z jihovýchodní Francie, kde měli komunikační agenturu, a chtěli založit její odnož v Paříži. Dohodli jsme se, že šéfovat jí budu já. Bylo mi asi 25 let a po třech letech téhle práce mi došlo, že k něčemu takovému vlastně partnery nepotřebuji. Ostatně tu pařížskou pobočku jsem zakládal a řídil zcela sám. Tak jsme se rozešli a já přejmenoval firmu a dál působil v Paříži.

Jak jste se ale dostal do Prahy?

Důvodem je člověk, který je v Praze docela hodně znám, jeho jméno je Jean-Francois Ott. Znali jsme se ještě ze studií, byl a stále je to můj nejlepší přítel. Tehdy zrovna rozjížděl v Praze svou developperskou společnost Orco, a tak jsem za ním přijel na návštěvu a nakonec se tady usadil. Mimochodem, byl jsem prvním Ottovým nájemníkem v jeho prvním nemovi-

stním projektu v Americké 17 a také jsme byli partnery v personální firmě, kterou jsem založil.

Vy jste ale také založil byznysový magazín Prague Tribune. Jaké to bylo podnikat těsně po pádu komunistického režimu v Československu?

Kdybych to měl shrnout, tak to byla nejdobrodružnější, nejvíce fascinující a také nejvíce obohacující zkušenost v mém životě. Byla to léta, kdy nejčastější větou, kterou jsem slyšel, bylo: „Není to možné.“ Kamkoli jste se obrátil s čímkoliv, co jste potřeboval, dostal jste tuhle odpověď. Netrvalo to ale dlouho, abych si uvědomil, že opak je pravdou. Všechno bylo možné. Bylo jen zapotřebí o tom lidi přesvědčit.

Je to podle vás stále problém českých lidí? Že na vše odpovídají, že to není možné?

Neřekl bych, myslím, že postoj lidí se již změnil. Snad i díky tomu, že vidí, že to jde. Podívejte se třeba na příběh takového Carla Capalba. Přišel s nápadem, o kterém si většina lidí myslela, že je to nesmysl. Proč by probíha někdo pořádal maraton v Praze? A podívejte se, jaký slaví v současnosti úspěch. Myslím si, že obrovská síla podnikatelů, ať již se jmenují Ott, Riboton, nebo Capalbo, tkví v tom, že jsme odolní. Držíme se vši silou svého nápadu, svého projektu, ať svítí sluníčko, leje jako z konve, nebo sněží. To platilo i o Prague Tribune. Byl to vlastně neustále se opakující zázrak, že jsme dokázali takovou dobu vycházet. Neměli jsme ani zkušenosti, ani finanční zázemí velké podnikatelské skupiny, měli jsme jen nadšení a odhodlání.

Byl Prague Tribune profitový projekt?

Prvních pár let ne, možná čtvrtý, pátý rok jsme byli trochu v zisku, ale pak jsme zase byli několik let ve ztrátě. Jednak se objevil na trhu koncept novin zdarma, jako je třeba Metro, načež lidé získali přesvědčení, že se za tisk nemusí platit. Navíc došlo k digitalizaci novin, všechny byly najednou online a většinou zadarmo. Obchodní model novin se najednou zcela rozpadl, a tak jsem se rozhodl přestat vydávat Prague Tribune.

Takže od té doby jste se soustředil již jen na svou HR firmu?

Ano. V té firmě jsme v podstatě pomáhali sehnat zaměstnance pro zahraniční firmy a investory, kteří přicházeli do Česka a na Slovensko spustit jakýkoli byznys. Ať již šlo o banky, pojišťovací společnosti, nebo třeba retailové řetězce. Občas to bylo náročné, protože jsme byli průkopníky na českém trhu. Nikdo podobný tu před námi nebyl. Dám vám příklad. Pomáhali jsme třeba řetězci Carrefour, když začal působit v Česku a na Slovensku. Byl to jeden z prvních řetězců, který pronikl do Česka a my jsme měli najít manažerský tým pro dvanáct jeho hypermarketů. Jak ale hledat v Česku ředitele budoucího hypermarketu, když nic takového jako hypermarket v Česku předtím neexistovalo? Nestačí se jen podívat na životopis, musíte najít člověka s potřebnými znalostmi a schopnostmi.

Jak se stalo, že jste si následně založil vlastní společnost HR Partners?

Deset let jsem ve společnosti Synergie působil jako Managing Director, v celém podniku jsem měl ale jen



pětinový podíl. Když většinový majitel odmítl mou žádost, aby můj podíl byl poloviční, založil jsem si v roce 2006 vlastní společnost HR Partners. Ta se na rozdíl od předchozí firmy zaměřuje na hledání vrcholových manažerů. Působíme v západní, ale především ve střední a východní Evropě.

■ Jste headhunter. Jak byste popsal, co vlastně děláte?

Často říkám, že headhunter má jedno podobné s rozvodovým právníkem. Nikdy si nemyslíte, že budete někoho takového potřebovat, když ale ten čas přijde, je lepší znát nějakého opravdu dobrého. Proto také každý den potkávám seniorní manažery, kteří zrovna nehledají novou práci a vlastně momentálně ani netouží po nějaké změně. Ale chtějí zůstat v obraze, co se děje v jejich oboru a zemi, v níž působí.

■ Když tedy firma hledá nového finančního, nebo

dokonce generálního ředitele, může se obrátit na vás?

Ano, jistě. Zpravidla firmám pomáháme s nástupem nového manažerského týmu. V dnešní době totiž platí, že seniorní manažeři působí na svých pozicích zhruba tři roky. Rok před jejich nahrazením začnou firmy hledat jejich nástupce.

■ Jak dlouho to v průměru trvá, najít takového člověka?

Řekl bych, že standardně okolo tří měsíců až půl roku. V případě komplikovanějších pozic to může trvat rok i déle.

■ Jak vlastně vypadá typický manažer, kterého hledáte?

Obrazně řečeno, typ lidí, které vyhledáváme, má vcelku specifickou DNA. Jde o manažery, kteří mají zkušenosti s životem v jiné než vlastní zemi. Buď studovali, nebo pracovali v zahraničí. Mám-li uvést konkré-

Prague Tribune

Kulturní dvojjazyčný časopis zaměřený na české i mezinárodní podnikatelské kruhy vycházel po dvanáct let od roku 1995 až do roku 2005. Vycházelo 11 čísel ročně a šest speciálních příloh zaměřených na různé sektory, obory nebo události.

ní příklad, nedávno jsme třeba od jedné firmy v Česku obdrželi zadání, že hledá Čecha na pozici CEO, s tím, že požadují, aby ten člověk stejnou funkci již v minulosti zastával někde v zahraničí. Takového člověka pak hledáme nejen v Evropě, ale třeba až v Severní Americe.

■ Je pravdou, že někteří manažeři mohou být neúspěšní v jedné společnosti, aby pak zazářili v jiné?

Jistěže. V Evropě je trochu potíž v tom, že neúspěch je brán jako něco takřka stigmatizujícího. Neúspěch je prostě neúspěch. Ve Spojených státech jej naopak vnímají jako nezbytnou součást úspěchu. Jako lekcí pro vaši další kariéru. Jak říkají: Fail, Fail Again, Fail Better. Tedy: neuspěj, neuspěj znovu, neuspěj lépe.

■ Platí také, že manažer může ve firmě uspět na úplně jiné pozici, než

v jaké působil ve svém předchozím zaměstnání?

Samozřejmě. Je ostatně mou rolí pomáhat lidem změnit prostředí, změnit odvětví, v němž působí. Jinak by moje práce nebyla zrovna kreativní, kdyby nějaká firma hledala finančního ředitele, prostě bychom hledali jiného finančního ředitele, který by jej nahradil. Rovněž platí, že když chcete být skutečně dobrým manažerem, měl byste vystřídat několik společností a několik odvětví. Samozřejmě to neplatí vždy, třeba v prostředí bankovníctví nebo pojišťovnictví zřídka kdy najdete případ manažera, který by přišel ze zcela jiného oboru. Ale i tam se to občas děje.

Jaké bylo to vůbec nejobtížnější zadání ze strany vašeho klienta?

Nejtěžší je situace, kdy existuje jen velmi málo potenciálních lidí, kteří mohou zastávat danou pozici. Například nedávno jsme hledali pro jednoho klienta v Turecku finančního ředitele. Zadání přitom znělo tak, že má jít o zkušeného finančního ředitele tureckého původu, který ale momentálně působí mimo Turecko. Takových lidí skutečně není mnoho. Když je najdete, čeká vás druhý, ještě těžší úkol. Přesvědčit je, aby se vrátili do své rodné země. A to vážně není snadné, protože v Evropě jsou momentálně dva státy, které z tohoto pohledu nejsou zrovna sexy, tím prvním je Ukrajina a tím druhým právě Turecko.

Povedlo se vám nakonec někoho z těch tureckých manažerů přesvědčit?

Ano, ale měli jsme štěstí. Jeden člověk měl v Turecku stárnoucí rodiče, o které se chtěl postarat, takže naši nabídku přijal.

Pokoušel se někdo někdy přetáhnout do jiné firmy vás?

Jistě, to víte, že to zkoušeli. Vždycky ale říkám, že mi tato

práce přináší příliš potěšení, mám v ní obrovskou svobodu, pracuji sice hodně, mám čtyři až osm schůzek denně, ale pořád jsem pánem svého času.

A když mám jen čtyři schůzky, tak si stihnu během dne zajít třeba na výstavu obrazů. To je přece skvělé, proč bych takovou práci měnil?*

inzerce

MÁTE CHUŤ VYDĚLÁVAT?

S PŘÍTELEM SI UŽ DLOUHO CHCEME OTEVŘÍT PIZZERII S MENŠÍ KAVÁRNIČKOU. NAŠLI JSME UŽ MÍSTO A ŘEKLI SI, ŽE KDO NIC NEZKUSÍ, NIC NEMĚ. A TAK JSME ZKUSILI APLIKACI ZONKY. DÍKY KTERÉ JSME SNU O KUS BLÍŽ...

Investováno **97 % z 200 000 Kč**

Rating	Za roční úrok	Délka splátek
A nižší riziko	10,99 %	84 měsíců

CHCI INVESTOVAT

INVESTUJTE DO PŘÍBĚHŮ, LIDÉ PŮJČUJÍ LIDEM.

zonky.cz /investori