МОТО-ПФОЕ Е ДАВАЛА ПРИМЕР И НА FORD

Фирменият вестник, частният музей, спонсорството на футболен турнир са част от актива на българския вносител

Мото-Пфое е една от първите и най-активни фирми на българския автомобилен пазар. Историята на създаването ѝ е разказвана многократно. Немският търговец Карл-Хайнц Пфое пристига у нас през 1989 г. с един автовоз коли, но тогава не може да ги продаде. Съдбата по случайност го свързва с инж. Борис Мареков от Мототехника. Колите са продадени и се създава сътрудничество, което по-късно ражда официалния представител на Ford у нас. Фирмата винаги е била сред лидерите на пазара. Постепенно портфолиото от марки включи Volvo, Jaguar, Land Rover. Тя израства под ръководството на Борис Мареков, който по-късно почетно се отдръпва от оперативното ръководство. Функциите му поемат съуправителите Димо Николов и Атанас Фурнаджиев. Уникалният триумвират бе любезен да сподели спомените си за "Автомобили и Пари".



КАК ЗАПОЧНАХТЕ В ДАЛЕЧНАТА 1991 Г.?

- Фирмата тръгна с няколко души. В търговския отдел бяхме трима и правехме всичко - продавахме, обмитявахме, предавахме колите. Имахме само една канцелария на бул. Витоша 25. Фирмата по това време беше смесена. 49% бяха собственост на Хуго Пфое, 49% - на Мототехника, и 2% - на физическо лице. През 1993 Мототехника продаде дела си на Хуго Пфое, където собственик е Карл-Хайнц Пфое.

ВЕДНЪЖ ТОЙ КАЗА, ЧЕ Е ИМАЛ КЪСМЕТ С ВАС В БЪЛГАРИЯ.

- Винаги сме уважавали мнението му и се ласкаем от мисълта, че е прав.

СПОМНЯТЕ ЛИ СИ ЗА ПЪРВИТЕ ПРОДАДЕНИ КОЛИ?

- Улавяме се, че си спомняме коли, спецификации, дори и имена на клиенти. Продавахме основно Escort и Sierra. Още в началото имахме и сделка с полицията. Основните клиенти бяха фирми, но имаше и частни лица - главно хора, които са работили в чужбина и са спестявали. На старта продавахме с валута, като клиентите плащаха директно към Германия, а ние бяхме посредници. Имаше данък оборот от 50% и беше по-изгодно. Следващата година законът се промени. После условията станаха по-нормални, а през 1994 г. дойде другата голяма промяна - въвеждането на ДДС.

КАК СЕРВИЗИРАХТЕ КОЛИТЕ?

- Бяхме взели под наем стария сервиз на Лада в Дружба. Това стана още преди да имаме шоурум. Първия открихме пролетта на 1992 г. на бул. Витоша 67.

ВИЕ ЗАПОЧНАХТЕ ДА ИНВЕСТИРАТЕ ОЩЕ В ПЪРВИТЕ ГОДИНИ.

- Нямахме колебания по какъв път ще вървим, а и имахме ноу-хау от немската фирма. Тя прилагаше опита и стандартите си у нас. Затова и инвестирахме в хора, сервизи, шоурумове, реклама. Пращахме хора на обучение в Хамбург, немци идваха тук. Идвали са дори майстори - бояджии, тенекеджии, които създаваха т.нар. немски ред. Тогава трудно можеше да се говори за възвръщаемост на инвестицията. Просто бяхме длъжни да го направим. Карл-Хайнц Пфое ни учеше, че е важно да осигурим качеството. Инвестирахме и в мрежа в страната. Това трябваше да стане бързо и търсехме партньори или пък наемахме сервизни бази, откривахме шоурумове - обикновено в магазини. После се стремяхме да ги съберем на едно място. В София инвестирахме в модерен сервизен комплекс. Бяхме като първата лястовичка за този тип комплекси - през 1995 г. Инвестицията бе голяма, рискова, но го направихме. За нашата фирма е характерно това, че всички пари, които сме изкарали, са реинвестирани в България. Карл-Хайнц Пфое не е изнесъл 1 лев. Затова и сега сме сред фирмите, които имат най-много собствени филиали по цялата страна.

КАК НАБИРАХТЕ КАДРИ, СЪОТВЕТСТВАЩИ НА НЕМСКИТЕ ИЗИСКВАНИЯ?

- Трудно. Нямаше обучени хора, пращахме ги на подготовка в Германия. После някои от тях бягаха заедно с уменията, за които бяхме платили. Мъчехме се да ги задържим със специални клаузи в договорите, но това е само пожелание.

КАК СЕ РАЗВИВАХА ПРОДАЖБИТЕ?

- В началото имаше глад за нови коли - наследство от ограниченията при социализма. И тогава, и сега огромната част от клиентите ни са фирми. В началото към 90%, мисля, че сега средно са 65%. До 1993 г. покупката на кола се приспадаше от печалбата, а декларациите към данъчните се подаваха на 6 месеца. Малко преди срока започваше лудо купуване на автомобили, за да си изчистят данъците. Това беше кратко. После колите не се признаваха за разход. Промениха се и амортизационните норми и покупката на нова кола ставаше все по-неизгодна за фирмите.

ОЩЕ В НАЧАЛОТО ЗАПОЧНАХТЕ ДА СЕ РЕКЛАМИРАТЕ МНОГО АКТИВНО. ТОГАВА РЕКЛАМИТЕ СЕ РАДВАХА НА ЖИВ ИНТЕРЕС, ДОРИ СЕ ОБСЪЖДАХА. БЕШЕ ЛИ ЕФЕКТИВНО?

- Рекламата е необходимо зло - и тогава, и сега. Скъпо е и невинаги е ясно какво печелиш. При тактическите кампании може да се оцени ефектът, но имиджовата реклама трябва да носи авторитет, а не да подтикне пряко продажбите на нещо. Ние от самото начало се мъчехме да рекламираме не само продукти, не само Ford, но и авторитета на Мото-Пфое. Това е част от спечелването на доверието на клиентите. Правехме някои клипове у нас - тогава това беше евтино. Един за Fiesta с актьора Христо Мутафчиев стана много удачен. Показа великолепна усмивка и се превърна в звезда.Сега клиповете идват от фирмата. Ние бяхме една от най-известните марки в страната. Удачно решение беше и Супершоу Невада - една национална телевизия и първото шоу от този тип. Всички го гледаха - заедно с нашите коли на сцената.

ВЛАГАХТЕ И В СПОРТА.

- Това беше част от имиджовата реклама. Спонсорирахме футболната централа. Договора с Вальо Михов подписахме през ноември 1997 г. Първият голям мач беше през май 1998 г. (Левски-ЦСКА 5:0), преди мача центърът на терена беше покрит с наше знаме, а колите обикаляха по пистата. Бяхме поканили г-н Пфое и гостенин от Ford и на следващата година Ford стана спонсор на Шампионската лига. Може пък идеята да е било вдъхновена и от нас. Подобно нещо се случи и с фирмения вестник. Започнахме да го правим през 1993 г. Гостите от фирмата бяха изненадани. Самият Ford започна да издава подобен вестник през 1995 г. Имахме и наше собствено предаване по телевизията. През 1996 г. открихме фирмен музей с реставриран ретроавтомобил. Гостите твърдяха, че това е първият частен музей за Ford извън Детройт. Подписахме спонсорски договор с Българския олимпийски комитет. Награждавахме шампионите с коли. Емоционален беше моментът на връчването на ключ на Екатерина Дафовска - първата българска титла от зимни игри. Веднъж стана неприятно. Титлите бяха повече от колите. Журналистите решиха, че Даниел Петров трябва да получи колата, а Стефка Костадинова се разсърди и отказа да влезе в залата.

БЛАГОТВОРИТЕЛНОСТТА СЪЩО БЕШЕ ЧАСТ ОТ ОБЩЕСТВЕНАТА ВИ АКТИВНОСТ.

- Първата ни акция беше с SOS Киндердорф - 16 000

МОТО-ПФОЕ Е ДАВАЛА ПРИМЕР И НА FORD

марки през 1994. После помагахме на сираци да прекарат нормален абитуриентски бал. Сега някои от тях идват с децата си във фирмата. Една традиция започна от фондация Хенри Форд, а сега се продължава от Мото-Пфое - ежегодна кампания за опазване на природното и културно-историческото наследство. Помогнахме на някои важни обекти в страната, примерно Старосел.

ТОВА НОСЕШЕ АВТОРИТЕТ НА МОТО ПФОЕ. В СЪЩОТО ВРЕМЕ БОРИС МАРЕКОВ БЕШЕ ПРЕДСЕДАТЕЛ НА СВАБ. ТОЗИ АВТОРИТЕТ ПОМАГАШЕ ЛИ, КОГАТО НАСТОЯВАХТЕ ЗА НЕЩО ПРЕД ДЪРЖАВАТА?

- В отношенията с властта - не. Май властта не обича да има връзки с фирми, които са с честно счетоводство. Сякаш гледат повече към онези с черните каси. Хората и партиите на власт се сменяха, но отношението към нас и проблемите на бизнеса ни винаги оставаше еднакво. Запомнил съм го много добре - в две последователни години ги събирам при откриването на автосалона. Обяснявам какви са проблемите. Опозицията казва прави сте, подкрепяме ви, властта казва - сега не можем да правим такива промени. След година те си бяха сменили местата във властта - иначе същите хора, в същата зала и същите приказки. Отново управляващите бяха против, а опозицията ни подкрепяше. Това е болна тема. По отношение на автомобилите малко неща са направени по наша инициатива. Така се допусна у нас да се внасят всякакви стари коли, които сега пълнят паркингите, тровят въздуха, предизвикват катастрофи. Един председател на Народното събрание ми каза: как да ограничим вноса на употребявани автомобили от Европа - та тия хора ни избират. Всъщност има достатъчно нормативна база, за да нормализираме автопарка, но тя не се спазва. Техническият контрол е смешен, коли може да получат одобрение, без дори да са стъпвали в сервиза. На нас ни забраниха да правим прегледи, защото според наредбата постът трябваше да е проходен. А при нас има модерна апаратура, компютър, който не допуска компромиси. Ако дойде сериозна проверка като немския TUV, 80% от колите трябва да спрат.

ТОВА ОТНОШЕНИЕ ПЛОД НА НЕЧИИ ИНТЕРЕСИ ЛИ Е, ИЛИ ПРОСТО НА БЕЗХАБЕРИЕ?

- Съчетават се. Има и интереси, макар че подобни неща трудно се доказват. Въпросът е друг - ние все ще трябва да променим политиката си към старите автомобили, но под външен натиск. Това е обидно за нас като нация. Излиза, че не можем сами да виждаме и решаваме проблемите си, а трябва отвън да ни налагат нещо. Всъщност в Европа някои имат интерес ние да чистим автоморгите им, но това е в наша вреда. Сега дойде скандал от Италия, че прибираме коли, за които тяхната държава е платила за рециклиране. Това е добре известно отдавна, но то е било изгодно и за техни автокъщи. Иначе навсякъде има начини било държавата, било общините да се грижат за обновяването на автопарка, за ограничаване регистрациите на опасни и замърсяващи коли. По-добре е сами да осъзнаем интереса си, да виждаме проблемите и да търсим решение. Сега в Европа започва сериозна кампания за екологичност. Има план за сваляне на вредните емисии и след време ще се плащат глоби, а ние в момента дори не знаем какво е състоянието на автопарка ни.



ОТКОГА ПОЛИЦИЯТА ЗАПОЧНА ДА ИСКА ЗАПЛАЩАНЕ ЗА ДАННИТЕ НА РЕГИСТРАЦИИТЕ? ТОВА Е ПАРАДОКС, КОЙТО НЕ СЪЩЕСТВУВА ДРУГАДЕ.

- Една година ги дадоха, след което спряха. Сега искат заплащане за всяка цифра. А именно данните за регистрациите ще ни покажат със-



тоянието на автопарка. Тук има и интереси и пак влизат в действие политически игри. Проблемът е и в това, дали ние, вносителите трябва да инициираме дискусия. Тогава реакцията по-скоро е негативна. Обвиняват ни, че искаме да печелим. Мисля, че обществото трябва да осъзнае, че проблемите с екологията и безопасността са важни. Бизнесът е заинтересуван от това, леката кола да се признава като разход. Те трябва да повдигнат въпроса. Нацията трябва да иска екология, сигурност, ред, легалност на бизнеса. При срещи с партньорите ни от Volvo, Ford често ме е срам. Как да им обясня, че при нас елементарни, всепризнати правила не важат. Днес видях писмо от Американската търговска камара, те повдигат въпроса ДДС да падне за фирмените автомобили. Защо те трябва да ни го казват. Проблемът у нас е достатъчно известен. Ние сме го казвали многократно, но трябва да ни натиснат отвън. Далеч сме от неща, които в Европа се правят от 20 години.

В ЕДИН ПЕРИОД И КРАЖБИТЕ БЯХА НАЦИОНАЛЕН СПОРТ. КАК ВИ СЕ ОТРАЗИХА?

- Зле, разбира се. И лично сме страдали. Кражбите бяха едва ли не индустрия, фактор, който спъваше бизнеса и тровеше живота. Пречеше на всички, освен на тези, които крадат. Много хора просто се притесняваха да си купят кола, за да не привлекат вниманието на крадците. Самият страх от кражба беше скъп - плащаха се големи застраховки, аларми, охраняеми паркинги. При нас вдигнаха два буса Transit от склада. Възможно е крадците да са действали заедно с охраната. Страдали сме и от по-перфидни мошеничества. Един взе кола на лизинг през 1998 г., след което извадил фалшиво пълномощно, заверено при нотариус, че може да я продаде. Това си е механизъм. Нотариусът прави няколко фалшиви пълномощни, после обявява, че печатът му е откраднат. Така не носи отговорност за фалшификатите. Човекът е добре известен, но никой не го потърси или осъди, а ние се разкарвахме 10 години по съдилища заради тази история.

КОГА ЗАПОЧНАХТЕ ДА ПРАВИТЕ ЛИЗИНГ?

- Собствен лизинг през 1997 г. Преди това работихме с лизингови къщи. Това беше още 1994 г. После дойде инфлацията, цената на колата беше в марки, а сделките се правеха в левове по курса на деня. Разнасяха се торби с пачки. Цяло изкуство беше да сменяш валутите навреме. Следиш курсовете, можеше да се изгуби от всяка сделка, но можеше и да се спечели, ако си информиран и бърз. Курсовете идваха на половин час по пейджър. Веднъж пратихме кола до Петрич, за да купим марки оттам, тъй като в София банките бяха спрели да продават валута. Работеше се ден за ден. Тогава някои лизингови къщи направиха големи удари. Теглят заем в левове, сключват сделки и след години връщат обезценени левове. Ние започнахме да развиваме собствен лизинг покъсно. Тогава нещата се нормализираха, бизнесът се стабилизира, хората получиха увереност.

ПАЗАРЪТ СЕ НОРМАЛИЗИРА ЕДВА В КРАЯ НА ВЕКА. ИНВЕСТИЦИИТЕ ТОГАВА СТАНАХА ЛИ ЕФЕКТИВНИ?

- Не може да се каже, че преди не е имало пазар, но всичко бе доста хаотично. Ние инвестирахме още преди кризата. Теглихме кредит за първия ни център. И с него имаше проблем с държавата. Според Указ 56, който важеше тогава, инвестицията се признаваше за разход и не се облагаше. Това пораждаше и злоупотреби - "бизнесмени" строяха лични къщи и ги обявяваха за инвестиция. Ние инвестирахме реално, но дойде правителството на Ренета Инджова и отмени този член. Трябваше да довършваме скоростно всичко, за да се включим в срока и да не плащаме за това, че инвестираме.

АКТУАЛНИЯТ ВЪПРОС: ГОТВИТЕ ЛИ СЕ ЗА КРИЗА?

- Ще ни се да вярваме, че България няма да е засегната тежко от кризата. Не сме изолирани и световните бури ще дойдат у нас. Ние имаме опит и от по-трудни ситуации. Вярваме, че ще действаме адекватно на пазара.

Христо Мишков
hmiskhov@pari.bg