



OD ALASKE DO MORGANA

Bruno BONIFAČIĆ

TEKST DARKO ŠUPEK FOTOGRAFIJE MARIAN LEŠIĆ

YACHTS

TVRTKA BARKE BONOM PRVE JE USPEJE NA TRŽIŠTU ZABILJEŽILA ZASTUPAJUĆI BREND ALASKA, A NAKON MNOGO TRUDA DANAS ŠIRI POSLOVANJE NA ISTOK, UVODI JOŠ JEDAN BREND NA HRVATSKO TRŽIŠTE, TE NASTAVLJA NIZ AKTIVNOSTI KOJE BI MOGLE OBILJEŽITI RAZVOJ NAUČIKOG BIZNISA NA JADRANU

T

eško mi je bilo razgovarati s Brunom jer je o svakoj temi koju sam spomenuo imao mnogo toga reći; naime, razgovarao sam dosad s mnogim poduzetnicima u nautičkom biznisu, ali tako razgovorljiva sugovornika rijetko sam kad imao. Razlog tomu je što Bruno Bonifačić, jednako kao i njegova tvrtka Barke Bonom, jednostavno živi nautiku. Nakon stvaranja brenda na tržištu, s već dobro poznatim jahtama linije Alaska, Barke Bonom - s Brunom na čelu - otvara izuzetno zanimljivu stranicu 'jahtinga' na Jadranu, zastupajući talijanski brend Morgan, i to s titulom njegova počasnog ambasadora, kao prvi u Europi, odmah nakon američkog studija Sparkman & Stephens Yacht Design. Lako vidljiv trud i golema količina entuzijazma što ga cijela njegova obiteljska tvrtka ulaže u taj posao gotovo su zarazni. Specifičan pristup klijentima, koji postaju dio te poslovno-nautičke obitelji, stoga je logična posljedica, a kako je Bruno Bonifačić imao zanimljivu poslovnu karijeru i prije nego što se zarazio morem, time smo i počeli ovaj razgovor.

Imaš bogatu poslovnu karijeru, koja je danas završeno poglavlje tvog života? Ja sam svoju poslovnu karijeru počeo kao mladi pripravnik u Brodomaterijalu, nakon ratnih godina i dana na ratištu dvije sam godine radio za jednu njemačku firmu, nakon toga sam otvorio svoju firmu u Beču, a slijedila je zanimljiva akvizicija... bio sam direktor Domusa, nakon toga, direktor Optime, zastupnika Olivettija za Hrvatsku i Sloveniju. Potom sam završio u visokom menadžmentu Zagrebačke banke, gdje sam proveo gotovo deset godina, tako da sam kretanjem u poslu asimilirao sve strane i domaće poslovne kulture. Kreiranje menadžmenta i rad s ljudima bili su mi velika praksa, a nju sam uspio primijeniti u vlastitoj firmi. Jedan od glavnih zadataka u Zabi u posljednjem periodu bila mi je racionalizaci-

ja poslovanja, modernizacija 'facility managementa' pa mi je bilo lako zamisliti svoju firmu koja ima relativno malo operative, a shodno tome vanjske suradnike organizirati u desetak firmi koje brinu o različitim segmentima naših potreba.

A more?

Moji 'morski' korijeni sežu daleko, nautika nam je familijarna stvar... pradjed je 18 godina plovio u austrougarskoj mornarici, došao i do Japana, dida je u Puntu, odakle je naša familija, bio odličan jedriličar... dok je moj otac doajen brodske elektronike na ovim prostorima, a stric mi se više od dvadeset godina bavi samogradnjom plovila. Inače smo podrijetlom s Korzike ili Sardinije, odakle smo još u 18. st. došli na Krk, tako da nam je more u krvi.

Zašto si se poslovno okrenuo nautici?

Taj se 'switch' dogodio iz jedne drugačije situacije, kada sam, nakon koncentrirane menadžerske karijere, u jednom trenutku trebao otići raditi i živjeti u Milano, vodeći dio grupacije Unicredito za Europu. Tada sam odlučio napraviti prekretnicu i okrenuti se životu s obitelji i nečemu što svi zajedno volimo. Moje profesionalno iskustvo pretočilo se u želju da to bude nautika, odnosno brodovi, jer smo se očito tu negdje stalno nalazili. Stjecajem okolnosti, godinu dana prije te promjene supruga Ivana i ja sami smo plovili mjesec i pol od Baleara do Jadrana jednim 8,60-metarskim leutom, koji je i danas živ... bilo je to 2004. godine. Onda se rodila ideja da to nije dovoljno, nego da moramo naći obiteljski brod. Tijekom potrage za prikladnim brodom shvatio sam da je za naše more, koje ima tipičan kratak i visok val, trup sjevernoameričkog broda za ribarenje jako dobar izbor. Nakon leuta, koji je bio prva ljubav, tražio sam dakle takav brod, a onda, stjecajem okolnosti, pročitao test Alaske u talijanskom magazinu,

Za kormilom Alaske Bruno se osjeća kao kod kuće, a taj 'dobar' osjećaj prenosi na svoje suradnike i klijente



te istog ljeta, dok sam sjedio u marini u Palmižani, ugledao po prvi puta Alasku 45, u vlasništvu nekog Talijana. Tada sam rekao - to je to, ono što nama treba. **Počeo si raditi s brodovima na specifičan način?**

To je ta priča koja je rezultat profesionalnog 'drilla' u dotadašnjoj karijeri, za rada u inozemstvu, za strance, domaće... velike grupacije. S takvim sam znanjem krenuo u analizu tržišta i osluškivanjem klijenata sam shvatio da ipak moramo nešto napraviti drugačije s tim brodom. Naime, Alaske su rođene za neka druga mora, a originalni interijeri imaju američki štih. Mi smo zato krenuli u redizajn interijera, te smo odabrali renomirani zagrebački arhitektonski studio Arhanarh (Kincel-Ninić), s kojim smo dogovorili da i mi sudjelujemo u razvoju interijera, da napravimo onakav brod kakav mi smatramo da ovo tržište treba - mediteranski brod koji se može koristiti ljeti i zimi, a da se sve druge kvalitete, koje on ima za teška mora, samo uklope u novi koncept. Naš projekt je, zahvaljujući ozbiljnosti, vrlo dobro prihvaćen u Kini, u državnom brodogradilištu DHS koje gradi Alaske. S obzirom da su oni prepoznali našu 'razvojnu dimenziju' mi niti nemamo klasičnu 'dealersku' poziciju. Na ovogodišnjem sajmu u Šangaju predstavljene su tako po prvi puta naše Alaske. Oni jako cijene to što radimo i 'drže nam leđa' u tome. **Međutim, vi sami brinete i o nadzoru gradnje, netko je od vaših često u Kini?**

Ono što nam je bilo jasno i što je odmah bila moja odluka, bilo je da mi ne možemo dopustiti da se ljudi pitaju što je to kineska brodogradnja. Mnogi ljudi ranije nisu niti znali što se sve gradi na Istoku, a mi smo zbog toga bili svjesni da moramo pružiti bolju uslugu te smo se opredijelili za osobni pristup, bez klasičnih komercijalnih prijevара koje se događaju u nautici, u smislu tehničke podopremljenosti broda svime što on mora imati. Iskrenost i entuzijazam kojim pratimo svaki brod želimo prenijeti na klijenta. Danas nas ljudi sa zadovolj-

stvom prihvaćaju i vide da u nas nijedan detalj nije prepušten slučaju, vidi se da i mi sami plovimo i živimo na Alaski. Niti jedan 'dealer' Alaske u svijetu nema sustav kontrole poput našega, a mi ga ne održavamo kako bismo kontrolirali 'šker', nego zato što želimo da kupac koji po svojoj mjeri naruči brod i tijekom 7-8 mjeseci gradnje ga plaća, uistinu i dobije brod kakav je htio. **Vaša je tvrtka jedna velika obitelj?**

Da, krenuli smo u posao vjerujući da pošten pristup mora dati rezultata, a tu su došle do izražaja i neke značajke našega obiteljskog života, jer mi, od prehrane do stila života, vodimo brigu o kvaliteti gdje god možemo. Tako i u proizvodnji nismo imali nikakvu rezervu u džepu, nego smo na uštrb profitabilnosti izuzetno mnogo investirali, pa nam stvarno nitko ne može ukazati na nešto zbog čega bismo se trebali crvenjeti. Taj pristup je, po nama, jedini moguć, stvarno smo zdušno uprli i to nam se vraća.

Koje su zamjerke interesenata u vezi s Alaskom, koja se ipak gradi u Kini? Moram priznati da danas više nitko ne postavlja takvo pitanje, možda je jedini hendikep što se Alaske gradi daleko, a ne malo bliže, iako je pitanje koliko je naš brod i danas uopće kineski. Tehnologija i oprema je svjetskog profila, kakvu upotrebljavaju i drugi, dok matični kalup jest kineski, ali je prodaja broda po našoj ideji originalno hrvatska. Kada bismo kalupe imali negdje ovdje, pa radili s našim meštrima, bilo bi vrlo lako zamisliti takav u potpunosti hrvatski brod. To je tema o kojoj sam stalno razmišljao, posebno stoga što sam ušao u ovaj svijet s profesionalnim zaledem s kojim, procjenjujem tako, mogu stvoriti mnogo posla, a muči me zašto to tako ne ide. Moja želja je da hrvatske Alaske budu primjer ekološkoga retro broda koji vrlo dobro plovi i tržišno uspijeva... Iskreno, mi već jesmo pokrenuli projekt radnog naziva 'hr-

vatska Alaska' s izmjenama koje su u skladu s novim trendovima u nautici. **Poslušete u vrlo uskoj tržišnoj niši, kako gledate na taj specifičan svijet kojem pripadaju Alaske i ostali brodovi retro estetike i koncepta?**

Mislim da prvo treba biti realan... da brodove poput naših kupci trebaju razumjeti, a naši kupci su ljudi koji brzo i dobro prepoznaju kvalitetu broda. Prošli su fortunale i prepoznali greške na brodu, doživjeli posljedice loših instalacija, pa kad nam dođu, brzo shvate na kakvom su brodu, a to je velika stvar. Drugo, ljudi su to koji su kao djeca plovili obiteljskim brodovima i koji sada imaju svoju djecu pa automatski preskaču fazu brzih brodova i glisera, ulazeći u naš segment tržišta. Njima Alaske pruža koncept življenja na moru koji ide uza sve ono u što današnje moderno društvo kreće - zdrav život. Tu nema mjesta jurnjavi brzinom od pedeset čvorova po moru, od pumpe do pumpe, uz brigu gdje će i što jesti, dane u stresu itd. Taj pomak, koji se događa, sad već na razini globalne svijesti ljudi što plove, a koji je već prije nekoliko godina došao do izražaja u Italiji, dovodi do Alaske koja u ovim kriznim vremenima ima sve više 'pluseva'. Jer, kad čovjek kupi brod s velikom autonomijom, mjestom gdje može istinski živjeti i biti siguran na njemu u devedeset posto vremenskih uvjeta i izvan marine, onda ima istinsku autonomiju.

Što bi ti želio vidjeti u Hrvatskoj u kontekstu nautičkog biznisa?

Iskoristio bih paralelu s događanjima oko nove Udruge nautičara pri HUP-u. S jedne strane, klaster male brodogradnje okuplja jedva nešto više od desetak firmi, za što ne znam koliko može dati podršku u odnosu na ukupan broj firmi u nautičkom sektoru. S druge strane, imamo Hrvatsku gospodarsku komoru i njezina strukovna udruženja koja nisu do sada ništa promijenila. Sad se događa okupljanje pri Hrvatskoj udruzi poslodavaca koja treba po prvi put u povijesti to

objediniti. Bio sam zagovornik ideje da se izade iz okvira klasične hrvatske priče, u kojoj je glavno pitanje koja struja predlaže, a ne što se predlaže. Ljudima koji su volonterski angažirani za taj posao treba na tome čestitati, ali i dalje nema jasnog akcijskog plana s rokovima što će se i kada napraviti. Država je dokazala da nema model za rješenje naših problema pa treba razmišljati o profesionalizaciji predsjedništva jedne takve udruge, jer je jedino na takav način moguće nadopuniti praznine koje postoje u tom dijelu. Klasična greška koja se dogodila je ta da je predsjedništvo birano po ključu jednake zastupljenosti po nautičkim segmentima, a ne po kompetentnosti za ono što Udruga treba odraditi, što je jedino u ovom slučaju važno. Govorim o znanju koje je potrebno da se ponude stručna argumentirana rješenja kao odgovor na trenutnu situaciju, a ne o ljudima. Sveukupno gledano, zadatak koji si je zadala Udruga je posao za jedno ministarstvo, koje mi očito nemamo. Prema tome, moramo biti svjesni da trebamo uzeti konzultante, vanjske stručnjake, analitičare koji će nam dati jasne argumente za raspravu u kojoj ćemo reći Vladi gdje smo, ali i gdje trebamo ići... To zasad nije vidljivo iz programa rada Udruge. Evo jednog primjera kako se to radi: Ako Istarska županija već nekoliko godina ima ured u Bruxellesu, pa lobira i dobiva novce za svoje projekte, čak i za potrebe nautike, iako Republika Hrvatska nije još članica Europske unije, zašto se i cjelokupna hrvatska nautička djelatnost ne okrene takvim ili sličnim modelima? Udruga je zasad propustila šansu da izabere vodstvo koje bi imalo takve ciljeve - da postane koordinator svih interesnih skupina unutar nautike i da se na taj način nametne kao nepremostiv autoritet. Zato nisam baš optimist, ne vjerujem da se na ovaj način može napraviti više... oni koji prežive krizu će i dalje raditi, a neki će i otpasti, jer nećemo uspjeti konsolidirati zakonodavstvo i sve što to nosi. Znamo da ima puno 'nepospripremljenog

U budućnosti želimo vidjeti hrvatsku Alasku...



Plovila Morgan novi su brend tvrtke Barke Bonom - na slici Morgan 33 Dinghy



Brojni su prijatelji nautičkog stila koji na prvo mjesto stavlja kvalitetu življenja na moru, a u tu grupu pripada i Oliver Dragojević, stari 'morski vuk'

veša' unutar našeg nautičkog svijeta. Netko mora reći - dogovorimo se, unutar nautike, kako ćemo napraviti određene ustupke radi očuvanja nautike, pa predložiti strategiju Vladi za osiguranjem uvjeta za provođenje predloženoga. Dobar primjer štetnog trvenja je sukob marina koje imaju vlastite 'charter' flote i čarteraša, koji oboje posluju u tržišnim uvjetima, ali u suštini nisu u istim uvjetima pa smo time dobar poligon za velike europske igrače koji samo čekaju kad će uletjeti na to područje... pitaj Boga što će tada biti s naših stotinjak čarteraša.

Istovremeno na hrvatsko tržište dovodiš novi brend...

Morgan je taj drugi brend, ustvari 'ekstenzija' Alaske. Svoje prijateljstvo s Leopoldom Rodrigezom, članom izuzetne obitelji brodograditelja, koji je na moj poziv prvi puta došao u Hrvatsku, pretvorio sam u poslovnu suradnju još u vrijeme kada su se jahte Morgan gradile samo za odabrane u Europi i Sjedinjenim Državama. Promjenom vlasništva i ulaskom drugih financijskih grupacija u Morgan Yachts dogodio se pomak kojim će taj brend ubuduće biti nešto dostupniji na tržištu. Tako se otvorila mogućnost da se krene u jedan oblik komercijalizacije i tvrtka Barke Bonom dobila je prestižnu poziciju biti prvim ambasadorom brenda Morgan u Europi i drugim u svijetu, odmah nakon američkog. Prepoznao sam Morgan kao brod tehnološki izuzetno i moderno građen, s izvrsnim performansama i povijesnim štihom. Kao takav, bio je dostupan sloju ljudi koji posjeduju posebne, 'boutique' brodove. Danas postaje zanimljiv onima koji žele biti prepoznatljivi i nakon ove krize, koji traže promjenu načina života. Morgan je u tom kontekstu jedinstven i pruža mnogo više od sličnih brendova koji su ipak ušli u neku vrst komercijalizacije. Mislim da će se trend mijenjati, srednjoročno gledano, tržište će popuniti neki slični brodovi koji dosad nisu niti viđeni u našem akvatoriju. Vrijeme Morgana tek dolazi...

Uveli ste i promjene u ponudi u smislu razrađenih poslovnih modela kupovine broda, uz posebne uvjete kupnje i povoljno financiranje plovila za hotele?

Barke Bonom imaju jednu specifičnost: naša je firma od rijetkih koje žive od stranog tržišta, a i dalje najviše investiraju u hrvatsko. Značajan dio naše promocije događa se ovdje, gdje se trošarinama i blokiranim bankovnim sustavom

ne daje ništa i gdje se ne može naći prirodnog partnera koji bi vam dao malo 'zraka'. Ova velika zabluda oko trošarina je zapravo najgora za 'male ljude' kojima se velikim antiluksuznim parolama pokušava kupiti socijalni mir, a pritom se upravo njih najviše ugrožava - jer oni su ti koji rade u uslužnoj djelatnosti u nautici, koja će zbog ovih trošarina zatvoriti najviše radnih mjesta. Primjerice, statistika u Francuskoj pokazuje da se na prodaju jednog broda veže i do šest novih radnih mjesta u uslužnoj djelatnosti pa oni, kao i Talijani, u ovim kriznim godinama investiraju u nautiku gradeći marine, servisne centre te i dalje stimuliraju povoljnom fiskalnom politikom države.

Mi pokušavamo različitim proizvodima i ponudama približiti dobru praksu iz tih zemalja, kao što je primjerice posebna ponuda za luksuzne hotele uz strana financiranja ili pak holistički 'charter' aranžman, koji smo razradili uz Alaska brodove za 'charter' kompanije. U ovakvim destimulativnim uvjetima na našem tržištu nitko nema hrabrosti za nove trendove, koji već svuda u svijetu stvaraju profit.

Morgan bismo ovog ljeta trebali vidjeti na Jadranu?

Svakako ćemo ga pokazati i otvoriti novu stranicu. Mislim da će taj brod obilježiti novu eru, pa se stoga izuzetno trudim da se to i dogodi. Još ne znam sve detalje jer proizvodnja nekih modela još uvijek traje.

I, za kraj, poslovno niste aktivni samo u ovom dijelu našeg planeta?

Danas tvrtka Barke Bonom prodaje jahte Morgan u Kini, predstavili smo ih tamnošnjemu visokom društvu i stvari se 'ljuljaju' vrlo dobro. Također smo u kontaktu s nekoliko velikih kineskih 'škverova' koji bi htjeli uspostaviti svoje centre na Mediteranu, u Italiji ili na našem Jadranu, jer još nisu prisutni na europskom tržištu. Prepoznali su nas kao moguće partnere, u razgovorima smo, i čekamo daljnji razvoj događaja. Prema nekim statistikama, za desetak godina u Hrvatskoj bismo mogli imati do dvanaest milijuna stanovnika, zbog migracija koje bi se mogle dogoditi iz sjevernih područja prema nama... cijela ta priča seže do Rusije, i to onda daje već potpuno drugačiju sliku Jadrana. Volio bih da ovakav pogled imaju i one strukture koje odlučuju o sudbini nautike u našoj Hrvatskoj. ■