

Economia creste cu produse fabricate in Romania

08/02/2009 13:52 by Webmaster

AUTENTIC. Blugii Viorex, pantofii Guban, camasile Braiconf sau ciorapii Adesgo au depasit tranzitia si inca au clienti. Doar la promovare stau mai rau. Presedintele Basescu i-a indemnat pe romani sa aleaga din rafturile magazinelor produse autohtone, pentru incurajarea economiei.

Invatati sa-si intoarca privirea de la etichetele romanesti, oamenii cauta acum calitatea si la ei acasa.

Piata romaneasca de nealimentare, faultata de produsele de import care navelesc din toate Orienturile, mici si mijlocii, trebuie ajutata. Acesta este, oarecum, strigatul neuzit al produca torilor romani care se impotmolesc in taxe, impozite si reclame agresive ale concurentilor straini cand vine vorba de profit si de rezistenta pe piata. Chiar daca toate acestea le sar la gat sa sugrume productia autohtona, unele marci pur nationale au supravietuit vremurilor, n-au saltat preturile, dar se vand in rafturile hipermarketurilor straine, pentru ca acolo isi gasesc locul in fata "brandurilor".

Primii blugi fabricati in Bucuresti

Jeansii Viorex, produsi din 1992 de firma lui Viorel Muresanu, s-au batut la inceput cu "sacosarii" contrabandisti care faceau naveta Istanbul-Bucuresti, dar si cu perceptia romanilor asupra a ceea ce se fabrica in tara. "Am riscat foarte mult sa fac blugi aici. Sa faci singur o colectie, sa importi tesatura si sa faci o sectie de tratare si prespalare nu era asa usor. Plus ca romanii mai sufereau de sindromul mostenit de pe vremea lui Ceausescu ca daca era facut in Romania, putea", isi aminteste Viorel Muresanu lansarea productiei acum 17 ani.

Trecuta prin tranzitii grele, afacerea rezista de atunci si si-a sedimentat piata prin destinatari: oamenii peste 36 de ani care cauta modelul clasic de jeans, din material autentic. "Sunt multi care ne cauta cu lumanarea prin magazine, dar la noi s-a importat foarte mult moda de la MTV, cu pantaloni sfasiati, iar pentru fete cu slitul de trei centimetri. Stilul Harlem sau Bronx. Eu nu pot sa fac asta! La noi, brandurile vin din Voluntari. Nu avem o educatie de moda", se revolta Muresanu in fata modei tinerilor, scapati la blugii contrafacuti, adusi cu vaporul din China sau din Turcia.

Handicapul etichetelor

Ca sa mearga bine pe piata, Muresanu a fost sfatuit, in anii '90, sa fie atent la eticheta produselor, ca sa dea bine ochiului. "Facusem o eticheta de carton care se aplica pe buzunarul din spate al jeansilor, cu harta Romaniei ca o cusatura, asa, cu galben. Dupa asta, m-au sunat cei de la magazine si mi-au zis: "Domnu' , schimbati eticheta aia, ca spun oamenii ca sunt romanesti". Pai, sunt romanesti!". Constrans de reticenta clientilor si de gusturile indreptate catre import, Muresanu a pus pe eticheta steagul american si cateva cuvinte pe englezeste.

Imbracat din cap pana in picioare in haine pe care le produce si pe care le prezinta ca la parada, patronul Viorex nu se plange de clienti. Cu o cifra de afaceri de aproximativ doua milioane si jumatate de lei pe an, industria merge bine cand marfa se desface in supermarketuri. Muresanu are planuri de extindere in toata tara, in magazine mai mici. Pana atunci, asteapta contracte.

Preturile care fac diferenta

Intr-o comparatie cu brandurile istorice in productia de jeansi, Levi's sau Lee Cooper, Muresanu situeaza blugii Viorex la acelasi standard de calitate. "Nu e nicio diferenta. Daca auzi ca Levi's si-a luat fabrica in China, parca ti-ai lua gandul. In schimb, noi iesim pe piata cu 20% din pretul lor. Daca de la noi pleaca o bucata cu 10 euro, la comercianti ajunge cu maximum 14. E reclama lor agresiva, chiria la magazine, angajati. Astea te omoara", adauga patronul. Despre tot ce face la Viorex, spune ca "de aici imi trag seva, de aici mananc. Este viata mea".

ADESGO

Ciorapii de care nu ne despartim

Dresurile Adesgo au implinit 83 de ani, au trecut de un razboi mondial, o revolutie care i-a privatizat si un Occident de la care s-au putut inspira. Modelele care pozau pe ambalajele de ciorapi erau perfectiunile feminine care-si puteau dezgoli picioarele pentru o reclama senzuala. Dresurile "vanate" in magazine au ajuns, dupa 1989, la indemana oricarei femei din Romania.

Din cifra de vanzari de peste 15 milioane de dolari pe an, doar patru milioane se fac in tara. Exporturile sunt de trei ori mai mari. Concurenta chinezeasca, de calitate indoielnica, catre care se indreapta majoritatea romancelor, nu lasa loc de comparatii.

"Clientii pe care ii pastram ii avem de 20-30 de ani. Suntem un pic mai traditionalisti in ceea ce priveste modelele, de aceea clientii se indreapta catre marci de import", spune Diana Marcovici Harangozo, responsabil de relatiile cu clientii al companiei. Pentru o vizibilitate mai mare pe piata, Adesgo are in plan o promovare nationala, in presa scrisa. "N-o sa fie pe TV", a spus Diana. Ciorapii romanesti se dau numai la ziar.

10 euro
costa o pereche de blugi produsi de Viorex

"E altceva. Eu numai pantofi romanesti port si n-am facut bataturi pana acum. Iti dau o alta eleganta.", Viorel Muresanu, patron Viorex
ETALON

Pantofii Guban, luxul Epocii de Aur

Inainte de '89, orice femeie care incalta pantofii Guban pasea in alt nivel al elegantei: automat intra in centrul atentiei, pentru ca nu oricine isi permitea luxul de a se incalta in aceeasi piele din care au fost confectionati escarpenii reginei Angliei. Povestea asta a tinut din anii '60 pana in '89.

Dupa Revolutie, fabrica a intrat in istorie. O vizita la Guban este ca o intoarcere in timp: salariati care castiga aproape de minimul pe economie, utilaje verzi, batrane de zeci de ani, calapoade din anii '80.

Exclusiv din piele de vitel si de capra

Mamele si bunicile noastre isi amintesc cum se afla vestea, soptit: "Se baga pantofi Guban". Una din putinele satisfactii ale Epocii de Aur era sa detii o pereche. La putinele magazine unde ajungeau, cei mai multi se vindeau pe sub mana. Veneau rar si dispureau repede, caci erau etalonul modei: diferiti de toti ceilalti, la culoare, piele, calapod. Si acum, toti pantofii Guban sunt lucrati exclusiv din piele. Fetele sunt din piele de vitel, interioarele din piele de capra, asa-zisa "chevron".

"Avem piele de la cei mai buni furnizori, care dau materie prima pentru Gucci sau Dolce&Gabbana. Din pacate, aici trebuie schimbata mentalitatea pentru a aborda noi modele cu o adresabilitate mai larga", spune Adelina Stan, reprezentant marketing.

Pe gustul bunicii

Strainatate:: Site-ul romanului adevarat

<http://www.strainatate.org>

In magazinul de prezentare sunt cateva mii de perechi. Majoritatea, pe gustul bunicii. "Lucram exclusiv pentru Romania si doar pentru un anumit segment, acela al persoanelor trecute de 35-40 de ani", ne edifica Viorel Mateescu, seful sectiei incaltaminte-marochinarie de la Guban.

Vedem stiletto care nu se mai poarta de un cincinal, un gen de pantofi Oxford cu o linie parca neterminata, botine ciudate si sandale cu sclipici.

Intre acestea din urma gasim cel mai vandut model, din piele aurie cu imitatii de cristale, 230 de lei. Restul modelelor sperie orice tanara atenta cat de cat la trend. Exista si aici o explicatie.

"Confectionam pantofi dupa 28 de tipuri de calapoade, din care doua sunt vechi de 30 de ani", mai spune Mateescu. Crearea noilor modele sta, de cel putin 23 de ani, in grija aceleiasi persoane, o doamna in varsta de 54 de ani.

ELEGANTA. Cel mai vandut model este din piele aurie, cu imitatii de cristale

Foto: Adi Piclisan

GEROVITAL

Primul razboi antiimbatranire

Istoria cosmeticelor romanesti ar putea incepe, oarecum, de la Ana Aslan. Secretul "tineretii fara batranete" a fost conceput in laboratoare romanesti si, prin sedinte de tratament la care s-au perindat si strainii, Gerovitalul a devenit o marca romaneasca. Formula magica a Anei Aslan rezista si astazi pe piata, sub umbrela altei companii mari, Farmec Cluj-Napoca. Parfumurile Obsesie sau Miraj, deodorantele Farmec 16 pentru femei sau Athos pentru barbati au fost produsele de ingrijire de care nu ne-am putut separa mult timp.

"Produsele romanesti au nevoie de o pozitionare care sa le diferentieze de produsele competitorilor straini. Este adevarat ca la noi multe industrii sunt inca tinere, comparativ cu pietele vestice, insa exista un potential de crestere foarte mare, care trebuie exploatat", spune Mariana Sinitaru, marketing specialist Farmec.

BRAICONF

Camasile imbracate de toti europenii

Vestea camasilor Braiconf (foto) s-a dus in tot continentul, din Italia pana in Suedia. Din 1950, de cand a iesit din productie prima textila a "fabricii de femei" cum era cunoscuta atunci intreprinderea, pana in 2009, Braiconf exporta milioane de camasi in lume. Si romanii au prins gustul lucrului facut la ei acasa pentru ca, asa cum le spun cifrele, vanzarile in Romania cresc si nu se mai opresc. Cateva milioane de euro intr-un singur an, din vanzari, sunt un motiv bun de lauda a camasilor de la Braila.

Aflata mereu in tendintele internationale in ceea ce priveste materialele sau modelele, fabrica de confectii si-a stabilit un plan de la care sa nu se abata: cele mai multe camasi sa ramana in Romania.

CLUJANA

Pantofi de istorie

Din 1911, de cand a fost fondata, firma de incaltaminte Clujana a produs pantofi pentru toata Romania. Cu certificate

Strainatate:: Site-ul romanului adevarat

<http://www.strainatate.org>

internationale de calitate si cateva magazine proprii, compania incearca acum sa convinga ca pantofii romanesti sunt de top.

"Eu si actionarii principali numai incalta- minte Clujana purtam. Sunt de cea mai buna calitate", hotaraste Ioan Pop, directorul care are in subordine 300 de angajati si vanzari de un milion de euro intr-un an.

"Lucram exclusiv pentru Romania si doar pentru un anumit segment, acela al persoanelor trecute de 35-40 de ani.", Viorel Mateescu, sef sectie Guban

» [vezi articolul original](#)

sursa: