

LEIDA Impex, lider pe piața din România în domeniul HoReCa

Interviu cu Daniela Ciurescu, Fondator și Director General, Leida

LEIDA Impex este lider pe piața din România în domeniul HoReCa (Hoteluri, Restaurante, Cafenea). Ce v-a determinat să alegeți acest sector?

Se pare că un rol imens în ceea ce alegem să facem în viață îl joacă anii copilăriei și ai adolescenței. Părinții ne duceau câteva zile la mare, în fiecare an, pentru aerosoli și pentru a vedea delfinii cum se zbeugiau în apa mării. Și țin minte că de multe ori mi se îndoia furculița în friptură. Și încă ceva, îmi plăceau șervețelele imprimate, aveam o colecție întreagă formată din multe modele adunate de pe unde mergeam. Șervețele și timbre am colecționat în prima parte a vieții. În școala generală mergeam la cursuri de pictură și sculptură. Acum, ca om mare, privind în urmă, am găsit aceste conexiuni. Eu sunt absolventă de Cibernetică, dar ceva din mine iubea arta. Artă frumosului!

Când v-ați lansat afacerea, cum a fost la început, de ce ideea aceasta de business?

Lansarea afacerii a fost, ca la cei mai mulți ani, din joacă. Eu terminasem Cibernetică, fratele meu Energetica. Ce-ar fi dacă am aduce tacâmuri elegante?, m-a întrebat cineva drag. Și mi-au sclipit ochii. Da, ar putea fi o idee! În România nu exista mai nimic în acele vremuri. Cu mașina cu tata și cu fratele meu am mers după mărfă. Ei s-au dus de multe ori la Debely, la Dorohoi și la Bistrița, la o fabrică de pahare. Și apoi am cunoscut Cristalmar din Maramureș. Ce vremuri. Erau foarte puține restaurante în 1993. Fratele meu a pășit pentru prima dată la Mc Moni's. Și acolo a întâlnit pasiunea proprietarului și a F&B managerului (Manager Food and Beverage-n.r.) pentru a avea un spațiu elitist. Dacă nu exista acest vis al proprietarului de a oferi

ceva ce nișa sa de clienți ar putea aprecia, lucrurile nu puteau evolua. Dacă s-ar fi gândit doar la profit, ar fi redus costurile și nu investea în imagine. Cine are curaj de la început, curaj bazat pe multă pasiune și experiență, gândește afacerea ca un business durabil, pe care îl crește sănătos și atunci investește conștient în calitate. Apoi au urmat Casa Doina, Velvet, Restaurant Odobești, Hotel Capitol. Și apoi a apărut oportunitatea cu PRISMA în 1995. Și am devenit și furnizor METRO. Apoi în 2000 furnizor SELGROS. Pași mici, dar sănătoși! Așa a crescut afacerea!

Ce obiective și planuri pe termen mediu aveți atunci? Cu câți angajați ați demarat business-ul?

Am demarat doar cu cei dragi, o afacere de familie. O să râdeți, dar după fiecare vânzare îmi spuneam, *Doamne, dacă este ultima?*

“

Cei îndrăgostiți de meseria lor sunt motoarele unei societăți. Ei duc mai departe, prin propria contribuție, însăși viața! Și câți oameni minunați am întâlnit în viață!





Obiectivul era să descoperim mereu noi și noi doritori de diferențiere, de frumos, de profesioniști. Cei îndrăgostiți de meseria lor sunt motoarele unei societăți. Ei duc mai departe, prin propria contribuție, însăși viața! Și câți oameni minunați am întâlnit în viață! Câtă pasiune în a așeza tacâmurile pe masă, în dreapta și în stânga, la același nivel. Și paharele exact în vârful cuțitului, și șervețelul îndoit exact pe ipotenuză! Lubești astfel de Oameni din prima clipă pentru energia pe care o degajă! Și datorită lor am mers întotdeauna mai departe! Le mulțumesc din tot sufletul tuturor clienților pentru evoluția firmei, căci, din dorința de a răspunde solicitărilor lor, noi ne-am dezvoltat. De la tacâmuri am trecut la pahare, apoi la porțelanuri. Și mai apoi la cărucioare, bufete suedeze, cosmetice hoteliere, accesorii pentru camere și băi de hotel. Pentru a urca fiecare treaptă, universul a trimis în calea noastră câte un om. Important este că am avut deschiderea de a primi și oferi energie acestor noi semințe care ne apăreau în cale.

Care sunt cele mai solicitate produse în prezent?

Cele mai solicitate produse sunt porțelanurile rezistente, tacâmurile

adevărate, paharele fine, liniile de bufet suedez croite pe măsura locației clienților și toate tipurile de cărucioare pentru restaurant și pentru hotel. Aș preciza aici, căci este în creștere semnificativă și cererea pentru echipamente Wellness și consumabile naturale pentru SPA & Balneo.

Cu ce furnizori aveți parteneriate?

Din 1993 cu Giorinox Italia, din 1994 cu Mepra Italia, din 2005 colaborăm cu WMF Germania, din 2007 cu Rak, din 2010 cu Churchill și Spiegelau. Din 2015 cu Stenal și Kurland. Avem peste 144 de furnizori de la care oferim ceea ce fiecare antreprenor din industria noastră HoReCa își dorește. Cel mai mult însă lucrăm cu cei cărora chiar le pasă de noi ca partener. Adică simt că unii furnizori vor doar cifre și alții chiar te ascultă și înțeleg ceea ce tu ai vrea să oferi în țara ta și fac tot posibilul să-ți vină în întâmpinare! Sunt furnizorii transformați deja în prieteni. Churchill oferă 5 ani garanție la ciobire, deci toate saloanele de evenimente vin la noi știind că 5 ani nu vor mai scoate bani din buzunar pentru veselă. Apoi sunt furnizori care au înțeles că stilul nostru nu este de a anticipa cu 3 luni

o deschidere, ci cu doar 3 săptămâni și ne-au permis și susținut să avem stocuri importante. Astfel de parteneriate te țin legat pe viață într-un business solid.

Cu ce clienți colaborați?

Colaborăm perfect cu clienții care ne-au devenit chiar foarte dragi. Sunt clienți calmi pentru care totul "curge" ca prin minune, adică mașina e la încărcat în Germania și putem insera și comanda lor urgentă pe o nouă factură, în același transport. Și sunt alți clienți, la fel de dragi, dar cu o energie a lor specială, care au de învățat lecția răbdării și pentru care se întârzie livrările. Dar viața, business-ul este mult mai mult decât credem noi, nu-i doar o vânzare și o cumpărare de accesorii pentru servirea mesei. Sunt lecții, zi de zi! E splendidă viața când o privești prin ochelarii "învătării"! Datorită profilului produselor noastre, relația consilierilor Leida cu absolut fiecare client e foarte specială. Se sună, se sfătuiesc, se ajută cu idei și cu produse! Este o minune să aud colegele vorbind cu clienții, parcă ar vorbi cu cineva din familie. Da, acesta este sentimentul, că suntem toți o mare familie!



Datorită profilului produselor noastre, relația consilierilor Leida cu absolut fiecare client e foarte specială. Se sună, se sfătuiesc, se ajută cu idei și cu produse! Este o minune să aud colegele vorbind cu clienții, parcă ar vorbi cu cineva din familie. Da, acesta este sentimentul, că suntem toți o mare familie!

Care sunt valorile și principiile pe care s-a clădit brandul LEIDA?

Valorile noastre sunt:

Loialitatea (și a noastră față de furnizori, și a mea față de angajați și a clienților față de noi, la care ținem și muncim foarte mult);

Eficiența - căci oferim doar ceea ce raportat la un business de lungă durată aduce profit;

lubirea - căci amenajăm, schimbăm, decorăm, facem zi de zi ceea ce facem cu multă pasiune. Radu Beligan spunea că cel mai mare secret în care dumnealui a crezut este A IUBI, ORICE, A avea în suflet această trăire ca stare permanentă!;

Dănuirea – dorim ca tot ce facem să dureze, să-și lase amprenta asupra vieții a mii de oameni, să însemne ceva trecerea noastră prin acest spațiu și timp! Dăruim farfurii pentru competiții naționale și internaționale, pe care ulterior le recuperăm. Dăruim mostre celor care vor să testeze un preparat special gătit în cuptor, pus în frigider, iar în cuptor și apoi adus la masă în unicul nostru porțelan gastronomic!;

Armonia - căci suntem conștienți că viața e constituită din momente, ca mărgelile unui șirag. Facem tot ceea ce știm că e bine să facem, să spunem și să gândim, căci suntem oameni egali, ca stropii de apă dintr-un ocean!

Care a fost cea mai mare provocare pe care ați întâmpinat-o în decursul carierei dumneavoastră?

Una a fost în 1996 când de pe o zi pe alta s-a trecut de la un curs de schimb valutar la altul, de 3 ori mai mare.

Cât de mult contează imaginea personală în antreprenorat? Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite un antreprenor clienților săi?

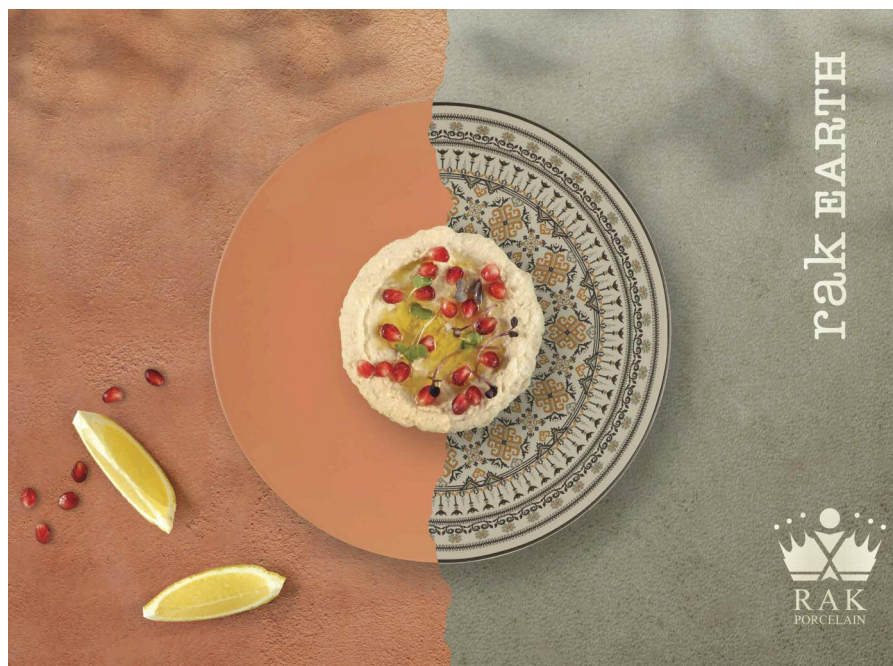
Imaginea personală contează mult, cred eu, față de colegi în primul rând. Este un flux de energie între antreprenor, colegi și clienți, care se simte și se transmite. Contactul direct cu clienții îl au consilierii, iar ei și-au construit propria ființă profesională prin instruire permanentă din partea



producătorilor, prin vizite la fabrici, prin contactul direct la expoziții cu mii de vizitatori. Ei sunt inima afacerii. Eu sunt creierul. Am coleg pe fratele meu de 30 de ani, altă colegă foarte dragă mie de peste 20, altă colegă de peste 15 ani, pe omul meu drag de 10 ani. Imaginea brandului este însăși imaginea oamenilor din jur! Ei își pun amprenta energetică pe fiecare vânzare, pe fiecare colaborare, pe fiecare suflet. Lor le sunt recunoscătoare infinit. Fără ei eu nu aș exista. Este ca un actor care declară din suflet că fără spectatori ceea ce face nu ar avea sens!

Încrederea clienților vine practic din 3 direcții: din notorietatea firmei, din

interacțiunea fiecărui consilier, ghidat de masiva experiență câștigată în raportul de 1 la 1 cu fiecare antreprenor și din modul în care se "comportă" ceea ce au clienții existenți, minim 5.000 la număr, fără modestie, de la noi. Sunt clienți care ne spun că porțelanul Churchill arată impecabil și după 15 ani. De peste 29 de ani ne bazăm mult pe recomandări de la un om super mulțumit la alt potențial partener. Credibilitatea se conturează zi de zi, prin fiecare interacțiune cu clienții, prin modul în care răspunzi nevoilor lor. Și ei sunt presați de timp, de angajamente, de angajați, de alți furnizori. Se crează un flux de co-participare la viață și business pe care



Îl simțim toți. Iar ultimii ani chiar ne-au deschis această percepție a unității dintre noi, ființele umane!

Care este cea mai mare problemă a mediului de afaceri (a sectorului în care activați) de la noi?

Provocarea vine din discrepanța dintre dorința de a achiziționa calitate înaltă, tehnologie de ultimă generație, chafing dis-urile cele mai elegante, negre cu auriu sau cuprate, sau multi color, deoarece clienții asta își doresc și neputința lor ca investitori de a-și scala business-ul, de a avea încredere în ceea ce va urma. Vrei articole nou create în ultimii 3 ani căci ele te ajută să economisești consumul de energie, îți scurtează timpii de lucru, dau alt gust mâncării, dar poate nu îți permite bugetul de azi. Când investești, îți gândești eficiența pe termen de minim 5-10 ani. Adică, fără să doară, vreau să afirm că un aparat de bar, Santos din Franța pe care îl garantez 5 ani și costă 350 de euro, nu este mai scump decât unul care vine de departe și costă 250 de euro, deși pare doar matematic așa. De ce? Pentru că sunt șanse ca cel ieftin să se strice în 3 luni, iar cel scump să te țină 5 ani, deci te costa doar 70 euro pe an. Ai economisit 100 euro sau nu, oare, dacă l-ai ales pe cel de 250 și nu pe cel de 350 euro? Și avem doar două variante: rămânem pe același nivel de maximă exigență a fiecărui produs din oferta noastră sau coborâm standardele. Niciodată! Și știți de ce? Pentru că am văzut ce înseamnă filozofia de țară "lasă că merge și așa". Noi toți ne sfătuim și întreaga echipă alege ceea ce vrem să implementăm nou în piață. Și niciodată nu vom face compromisuri! Ne face multă plăcere să revedem pe oricine după 5 ani, 10 ani, 20 de ani și să ne spună că ne-a recomandat în tot acest interval altor prieteni care și-au deschis restaurante exact pentru



că tot ceea ce au luat de la noi arată impecabil! Și lor de mulțumim, tuturor acestor Ambasadori Leida!

Care este motto-ul după care vă ghidați viața?

"Viața e mult mai mult decât pare a fi"! Și așa fiecare zi vine cu noi descoperiri pentru mine, pentru cei din jur, pentru cei dragi! Un om în show room, un vis nou pe care n-l împărtășește, înseamnă pentru noi o filă dintr-o carte scrisă de univers.

Ce vă diferențiază de competitori?

Și noi și ei suntem călăuziți cred de același entuziasm, bucurie, dorința a munci bineși eficient. Dacă toți avem 30 de ani, 20 sau 10 de muncă în acest domeniu greu încercat în 2020 și dacă tot mai suntem aici, înseamnă că ne unește iubirea de frumos și nu ne diferențiază decât mental, ceea ce vrem și gândim să oferim. Aici afirm cu tărie că mi-am dorit ca Leida să fie acel partener căruia te adresezi să găsești la 360 de grade tot ce visezi: accesorii de înaltă clasă în bucătărie, dotare completă salon a la carte și

evenimente, linii de bufet suedez croite special pentru fiecare, dotare camere și băi, plus, de 7 ani, amenajări și dotări SPA prin asocierea cu Fota Industrial & Horeca Project.

Cum apreciați că sunt sprijiniți tinerii antreprenori din România?

Tinerii au fost tentați să revină în țară pentru a intra în antreprenorat, dar cred că suma prea mică oferită și dezordinea generalizată din spațiul de afaceri nu au cum să-i tenteze. Emisiunea TV *Imperiul Leilor* ne demonstrează că sunt idei geniale în mințile tinerilor și că ele își caută pământul fertil.

Eu însă nu cred că există voință politică asumată pe această direcție. Sunt mari producători care și-au creat incubatoare de inteligență, instruiesc tinerii ca ulterior să devină oameni bine pregătiți în fabricile respective.

Concret, fiecare dintre noi, trebuie să conștientizeze ceea ce ar fi util pentru viitorul națiunii, adică fiecare generație poate să-și pună amprenta pe următoarea generație, căci un adevărat lider e cel care crează mediul ca și alții să devină lideri la rândul lor.

Cum se împacă viața profesională cu cea personală? Vă rămâne timp liber?

Ani de zile viața profesională a fost însăși viața personală, 100%! Abia acum 10 ani am înțeles că viața este mult mai mult decât muncă! Și de atunci ne facem timp să mergem la Comana plimbându-ne pe jos sau cu bicicletele, citim mult, ascultăm muzică bună, ne îngrijim rozmarinul, dafinul, salvia, mergem la expoziții și la concerte, urcăm des pe masivul Rarău la Pietrele Doamnei. Conștientă, acum aleg o mult mai multă prezență în spațiul public și on line.



Ne face multă plăcere să revedem pe oricine după 5 ani, 10 ani, 20 de ani și să ne spună că ne-a recomandat în tot acest interval altor prieteni care și-au deschis restaurante exact pentru că tot ceea ce au luat de la noi arată impecabil! Și lor de mulțumim, tuturor acestor Ambasadori Leida!