



Distinto

Marca italiană Canali este pe piața românească de doi ani
pag. 8



Mainetti Romania

o companie britanică
fabrică umerase la Sibiu
pag. 26



Sogema

fabrică a grupului
Corneliani în România
pag. 30



Prêt-à-Porter Paris

modă românească via Franța.
pag. 48



Foto: Nora Agapi

Viitorul industriei textile din România: B2B or... NOT to BE!

Interviu cu Mihai Scarlat, administrator ItalianModa.com Romania SRL

pag. 6



Mihai Scarlat, administrator ItalianModa.com Romania Srl

Viitorul industriei textile din România: B2B or... NOT to BE!

De ce firma pe care o conduci se numește ItalianModa.com Romania și nu RomTextiles.com?

În primul rând este o firmă mixtă româno-italiană, dar folosind numele partenerului italian putem exploata și renumele pe care acesta și l-a câștigat în peisajul piețelor electronice mondiale. ItalianModa.com este prezentă în 10 țări, cu piețe electronice similare RomTextiles, și-și dezvoltă permanent rețeaua, fiind în prezent unul din principalii actori ai economiei digitale pentru industria textilă mondială. Gluma mea favorită cu dl. Maurizio Verga, președintele ItalianModa.com este: "ItalianModa é la piovra della rete" ("ItalianModa este caracteristica Internetului").

Cum ai început afacerea?

Am început în 2001, când peisajul Internetului în România era cu totul diferit față de ce este azi. Doar marile firme

aveau conexiune Internet sau site propriu. Erau câteva portaluri în limba română, cu caracter general și nici un sistem viabil în limba engleză, dedicat industriei textile.

Când am conceput piața electronică RomTextiles, am vrut să ofer un sistem vizibil, dar foarte simplu, care să poată fi utilizat de orice firmă, indiferent de mărimea acesteia. Un client al RomTextiles nu trebuie decât să-și verifice e-mailul periodic și să răspundă în cel mult 48 de ore la contactele pe care le primește prin piața electronică.

Pentru un sistem informatic, în actuala abundență de portaluri și sisteme de promovare Internet, pot spune ca trei ani este o vârstă venerabilă. De trei ani rezistăm în topul motoarelor de cautare și atragem din ce în ce mai multe firme străine care caută producători români de textile.

RomTextiles este, așadar, un instrument de promovare a firmelor din domeniu...

Da, piața electronică este un instrument din ce în ce mai important, mai important decât instrumentele clasice. Programele guvernamentale de incurajare a exportului au făcut posibilă participarea firmelor românești la expozițiile internaționale de profil. Cu toate acestea, nu sunt mai mult de 15-20 de societăți comerciale în România care și-au dezvoltat propriile colecții și care sunt prezente la expozițiile internaționale. Totuși, ecurile unei expoziții trec foarte repede. Trebuie adoptată o nouă strategie de marketing care să țină permanent sub presiune clienții externi și să aducă în prim plan brandurile românești pe tot parcursul anului. Să nu uităm că există 3-4 luni pe an în care exportul de produse textile stagnează.

Dezvoltarea afacerilor în sistem lohn, din ultimii ani, a

oferit industriei textile o serie de puncte tari care trebuie acum exploatare într-o nouă etapă de dezvoltare a acestui sector: realizarea și promovarea colecțiilor proprii. Fabricile românești nu mai trebuie să-și convingă clienții de calitate produselor care le oferă, acest lucru este deja cunoscut pe piața occidentală, ceea ce constituie un avantaj major în fața concurenței asiatice. Să nu neglijăm și avantajul geografic al României care face posibilă livrarea produselor în orice țară europeană, în cel mult 48 de ore de la terminarea seriei, spre deosebire de 20-30 de zile cât ar lua unui exportator asiatic.

Pari destul de optimist. Ce crezi că se va întâmpla din ianuarie 2005?

Liberalizarea comerțului mondial cu textile la 1 ianuarie

date biografice



Mihai Scarlat:

**Administrator
ItalianModa.com Romania Srl**

Născut la 3 februarie 1968, în București.

Studii: Facultatea de Textile Pielărie Iași, 1995.

Specializări: Master Asigurarea Calității Produselor Textile

Publicații și comunicări în domeniul aplicațiilor Economiei Digitale pentru Industria Textilă: o carte;

5 articole în reviste de specialitate românești;

un articol în reviste internaționale; 3 comunicări la conferințe internaționale;

Lector invitat la 3 conferințe internaționale asupra Noii Economii.

2005 și creșterea treptată a salariilor, în perspectiva aderării la Uniunea Europeană, vor scoate practic România din competiția lohn-ului. Șocul va fi mai mult de ordin social decât economic, având în vedere că industria ușoară din România numără peste 600.000 de angajați, înregistrați oficial. Ce se va întâmpla cu acești salariați dacă România va ieși din competiție? Există programe de reconversie a forței de muncă, de sprijinire a deschiderii de noi afaceri, dar sunt acestea viabile pentru toate categoriile de angajați, pentru toate categoriile de vârstă?

te-cheie în motoarele de căutare, anulează o pagina web, ca instrument de promovare. Pe lângă obstacolele pe care le-am enumerat anterior, sunt și erori grave de adoptare a strategiilor de prezentare pe Internet a actualilor pagini web.

Cum ar trebui să fie o pagină web pentru a-și atinge scopul?

Un site Internet trebuie să asigure accesul rapid la informație și să colecteze informații despre potențialii clienți, care vor fi ulterior exploatare de firma proprietară a site-lui. Pre-

Piața electronică este dotată cu mecanisme de contact a firmelor membre și cu sisteme de colectare a informațiilor despre client care sunt redistribuite către membri pieței electronice. Aceste sisteme creează posibilitatea de a informa permanent potențialii clienți despre noile modele lansate de firma membră a pieței și de a colecta informații despre cererile acestora. Ținerea permanentă sub presiune a clienților elimină perioadele de stagnare a vânzărilor și dă posibilitatea unei firme să și contracteze colecția înaintea lansării ei în producție de serie.

ganismelor comerciale internaționale.

Aveți concurenți în România?

Din punct de vedere cantitativ, da. Potențialul economic remarcabil al industriei textile din România, a atras și continuă să atragă mulți întreprinzători care oferă servicii de promovare prin Internet, pentru firmele textile. Cum costurile legate de găzduirea unui site Internet s-au redus dramatic, practic oricine își poate construi propriul site Internet. Din păcate, majoritatea sistemelor on-line care oferă servicii de promovare pentru industria textilă nu au ele însele vizibilitate și credibilitate internațională și nu atrag un număr mare de vizitatori, care să fie redistribuiți către firmele client. Cu alte cuvinte, în prezent există o inflație de sisteme de promovare Internet în România.

Din punct de vedere calitativ se poate vorbi despre concurenții RomTextiles făcând o asociere între concurența dintre comerțul în supermarketuri și comerțul stradal.

Internetul nu este nici pe departe un paradis al afacerilor, ci un infern, pentru un novice. Un infern care aduce după sine mii de mesaje nesolicitate și contraoferte din partea competitorilor asiatici.

Mesajul pe care eu îl adresez neinițiaților, care considera Internetul un mod facil și ieftin de promovare, este: "Lăsați orice speranță, voi care intrați", Dante Alighieri, Divina Comedie, Infernul).

„Simpla prezență pe Internet a unei firme cu un site propriu nu mai este o soluție de promovare eficientă, datorită dezvoltării în cascadă a paginilor web.”

Sunt optimist doar în măsura în care firmele românești vor ști să valorifice avantajele pe care le au. Asta înseamnă că e obligatoriu să se folosească de internet. Ca să parafrazez o expresie celebră, B2B or NOT to BE... Cu alte cuvinte, viitorul afacerilor cu textile românești este condiționat de adoptarea unor noi strategii de promovare business-to-business (B2B).

Care este situația actuală în România în ceea ce privește prezența firmelor textile pe Internet?

În ultimii trei ani, România a cunoscut o dezvoltare puternică a Internetului, astfel încât multe firme au ales alternativa utilizării E-aplicațiilor ca instrumente de afaceri și dezvoltarea unor noi strategii de marketing bazate pe comunicarea prin Internet.

Din păcate, încă puțini oameni de afaceri înțeleg că drumul de la realizarea paginii web a unei firme până la stabilirea unor contacte de afaceri care să poată fi transformate în contracte este foarte lung și presărat cu foarte multe obstacole. Numărul din ce în ce mai mare de pagini Internet (peste 4 miliarde), lupta împotriva mesajelor de e-mail nesolicitate, dezvoltarea sistemelor de afișare preferențială a unui site web după cuvîn-

zentările suprasaturate de animații și efecte grafice, remarcabile din punct de vedere estetic, sunt total nefolositoare, deoarece îngreunează accesul la informație, nu sunt gășibile de motoarele de căutare și creează o stare de iritare care va duce la închiderea paginii de către un vizitator interesat de produsele firmei în cauză. Acest tip de prezentări este eficient doar atunci când firma se prezintă într-o expoziție clasică, dacă rulează în standul firmei sau sunt distribuite pe CD-ROM.

Mesajul meu este că simpla prezență pe Internet a unei firme cu un site propriu nu mai este de mult o soluție de promovare, tocmai datorită dezvoltării în cascadă a paginilor web. Transmiterea ofertei prin e-mail la potențialii clienți, iarăși nu este o soluție eficientă datorită luptei împotriva mesajelor comerciale nesolicitate (SPAM). Majoritatea ofertelor sunt blocate de sistemele anti SPAM sau sunt șterse de cei cărora li se adresează fără a fi citite. Contactele stabilite printr-o piață electronică aduc ceea ce este cel mai important în comunicările prin e-mail: acceptul destinatarului de a primi informații comerciale.

Ce alte avantaje oferă piețele electronice și în mod special RomTextiles?

Piața electronică RomTextiles (<http://www.romtextiles.com>) a reușit să câștige credibilitate internațională. Este listată de Organizația Mondială a Comerțului, este listată de Departamentele de Comerț Exterior ale țărilor membre UE, s-a scris despre RomTextiles în presa europeană și de curând în cea americană. Consider că nu pot oferi vizibilitate clienților mei dacă sistemul pe care-l administrez nu este el însuși vizibil și credibil pe plan mondial. De aceea, pe lângă activitatea de dezvoltare, promovare și administrare a pieței electronice eu și colaboratorii mei elaborăm periodic articole pe care le transmitem publicațiilor și or-

