

## Business cu eleganță

O afacere de succes trebuie „să îmbrace“ hainele potrivite. Medicul stomatolog Rodica Ghionea a investit două milioane de euro în cabinetul său gândit ca o galerie de artă minimalistă. De Diana-Florina Cosmin

**P**rivind dincolo de geamurile mari cât peretele, cu vedere spre forta zilnică de pe B-dul Dorobanți, Rodica Ghionea își plimbă degetele pe spătarul unui scaun stomatologic cu duioșia unui împătimit al mașinilor care inspectează caroseria ultimului model de Mercedes-Benz. „Nu e un scaun obișnuit, e un Sirona. Are monitoare încorporate, camere video intraorale, pacientul poate să urmărească și filme“, explică ea, cu siguranța unui expert. La preț, ar putea foarte bine să concureze cu orice model de Mercedes: poate ajunge și la 140.000 de euro. Nu orice împătimit al mașinilor de lux știe însă atât de multe detalii tehnice despre obiectul pasiunii sale precum Rodica despre cele cinci scaune Sirona din cabinetul Citydent. Când se plimbă printre paravanele albe decorate cu imagini de fructe proaspete, vorbind despre procedurile de lucru la microscop sau metodele radiologice, Rodica este în mediul său natural.

**MOVUL LUI MCQUEEN.** Chiar dacă în prezent activitatea sa nu se mai desfășoară lângă scaunul Sirona ci pe scaunul de la birou, cei 11 ani de Medicină nu se șterg

atât de ușor. De aproape doi ani, de când clinica pe care o conduce s-a mutat în „casă nouă“, misiunea sa principală este, însă, alta: construirea unei imagini de top pentru brandul Citydent, creat de la zero în urmă cu nouă ani. Cu migală și răbdare, ca și cum ar alege o rochie de seară pentru o vedetă, dintr-un dulap ticsit cu Hermès, Prada sau Armani. „Vezi movul de pe perete? Este movul lui Alexander McQueen“, explică Rodica, semn că fai-

**Toate echipamentele performante nu pot compensa, în succesul unui cabinet, confortul psihic al pacientului**

mosul creator britanic (care s-a sinucis în februarie, în urma unei depresii) a ieșit învingător la puncte în preferințele sale. Singura culoare care concurează cu movul emblematic al lui McQueen pe pereții cabinetului este verdele crud, ca un măr proaspăt mușcat, ales de Rodica pentru că inspire prospețime.

Interesul pentru imaginea businessului a venit firesc, după ce capitolele „tehnologie de top“ și „echipă profesio-

nis-“ fuseseră bifate cu succes. „Mă înspăimânta ideea unei clinici în care intri și e o tăcere apăsătoare, totul e gri și auster și lumea vorbește pe furiș, în șoaptă“, explică Rodica. „Nu asta doresc să transmită clinica mea“. Toate scaunele Sirona, echipamentele performante și echipa de medici școlită în străinătate nu puteau compensa un element esențial pentru succesul businessului, dar greu de cuantificat în termeni concreți: confortul psihic al pacientului.

**LUX MINIMALIST.** Din propria pasiune pentru decorațiuni interioare s-a născut în cele din urmă ideea: să creeze o atmosferă caldă, prietenoasă, dar care să inspire eleganță și lux. Și, așa cum se cuvine pentru un proiect de două milioane de euro, să poarte neapărat semnătura unui profesionist: Mihai Vărzan, un arhitect român care și-a făcut ucenicia în Portugalia, în echipa lui Eduardo Souto de Moura, unul dintre cei mai premiați adepți ai minimalismului modern.

Când Vărzan a venit pentru prima dată „în recunoaștere“ la sediul clinicii, interiorul era la roșu: șantier și coloane de beton. Singurul lucru frumos în marea de



lui, Rodica a mizat pe un nume celebru: Bang&Olufsen. Chiar dacă investiția în întregul sistem electronic s-a ridicat la 30.000 de euro, n-a fost vorba de un moft. „Nu poți Bang&Olufsen într-un Trabant și nu faci economie la un brand cu care vrei să faci performanță”, argumentează ea. Acum, între pereții decorati cu crengi tridimensionale, informația circulă instantaneu. Poți să pui un DVD în calculatorul de la recepție și să ai informația în toate monitoarele scaunelor sau să faci teleconferințe medicale și traininguri virtuale pentru echipa de medici. Când nu sunt prezenți fizic în clinică, trei profesori-doctori – unul belgian, unul german și unul francez de la Universitatea din Paris - care fac parte din portofoliul de „invitați permanenți” (pe principiul „visiting professor” aplicat în universitățile din Occident) se află la două butoane distanță.

**CA O PARTIDĂ DE TENIS.** Pe foaia de bilanț a Rodicăi, investiția consistentă se justifică: deja câteva mii de clienți au călcat pragul Citydent (cam 40-50 pe zi) iar numărul celor afiliați, din cadrul corporațiilor, sare de 10.000. Cea mai mare satisfacție este că a convins oameni de afaceri sau diplomați care zburau în străinătate pentru tratamente dentare complicate să nu-și mai cumpere bilet de avion și să-și facă programare pe unul dintre scaunele stomatologice cu preț de Mercedes. Deși ceea ce-i atrage este calitatea serviciilor, Rodica știe, ca orice om de afaceri, că atmosfera agreabilă are un rol esențial în fidelizarea lor. „Dacă îți permiți să investești în imagine, este obligatoriu s-o faci, dar numai dacă poți s-o susții prin performanță”, crede Rodica Ghionea. „Dacă este doar poleială, îți pierzi banii degeaba”.

S-ar mai întoarce vreodată la prima dragoste, stomatologia? „Să mă întreb dacă m-aș întoarce la stomatologie e ca și cum l-ai provoca pe Țiriac la o partidă de tenis”, glumește tânăra antreprenoare. Medicina rămâne activitatea sa de suflet, dar conducerea propriei afaceri este prioritară în acest moment. Între cei patru pereți „minimaliști” ai biroului său, Rodica simte, totuși, că va veni la un moment dat și ziua în care va avea suficient timp, sau i se va face suficient de mult dor, pentru a se întoarce în fața scaunului Sirona. De data asta în halat alb și cu masca pe față. **F**

betone și moloz era fațada din sticlă a clădirii în care se afla cabinetul – decorată cu frunze și crengi stilizate, pe nuanțe de gri și negru. „La zece minute după ce a intrat în clădire, Mihai mi-a spus: «Am deja proiectul în minte!»”, își amintește Rodica. Sursa inspirației a fost chiar copacul abstract de pe fațada de sticlă. „A început să-mi explice cum vor arăta pereții cabinetului: ca o proiecție tridimensională pe hârtie a crenurilor unui copac, tăiate în laser”, povestește ea. A rezultat un mobilier în valoare de peste o sută de mii de euro, cu tot cu cren-

gile tridimensionale. Nimic nu a fost cumpărat de-a gata, totul a fost desenat și apoi executat din MDF lucios – unul dintre cele mai scumpe dar și rezistente materiale moderne – într-o fabrică din Lisabona. „Am adus chiar și muncitorii din fabrica portugheză să le monteze, în două reprize, pentru că sistemele de prindere erau foarte complicate”, explică Rodica.

**ELECTRONICE ȘI 3D.** În secolul tehnologiei, imaginea unui brand n-ar fi nimic fără tehnologie. Ca și în cazul designu-