

# Forbes

5 OTTOBRE 2009





# SALVATORUL DE LA BOCHUM

Românul Răzvan Olosu a readus speranța pentru 250 de angajați de la fosta fabrică Nokia din Bochum. Anul trecut, a cumpărat o divizie a producătorului de telefoane mobile și a transformat-o în propria afacere. Succesul nu s-a lăsat așteptat!

De Diana-Florina Cosmin

**D**espre festivalul internațional „George Enescu” au scris, anul acesta, ziare europene și americane deopotrivă, iar pasionații de muzică clasică din alte țări s-au aventurat să ne viziteze mai mult ca în alți ani. În marea de spectatori așezați pe scaunele tapitate în catifea roșie ale Ateneului Român, la concertul pe muzica lui Shostakovich, o mână de oameni ieșeau de departe în evidență. Un român, patru nemți, doi finlandezi, o americană, o chinezoaică din Singapore și o etiopiană, toți cu un aer jovial, precum personajele serialului american „Friends”.

Din amalgamul de română, engleză, finlandeză și germană, păreau că sunt prieteni de-o viață care, după ce au citit vreun articol în presa internațională, s-au gândit să zboare la București pentru a petrece împreună o seară de muzică bună. Cei zece sunt, într-adevăr, prieteni, dar în cea mai mare parte a timpului sunt membrii „echipei de șoc” a lui Răzvan Olosu (49 de ani), fondatorul companiei multinaționale de dispozitive multimedia pentru telefoane mobile Novero. Muzica lui Shostakovich era, astfel, doar „coloana sonoră” a unei reuniuni de management menită să-i aducă împreună pe șefii regiunilor în care operează compania lui Olosu: Europa, Orientul Mijlociu, Africa, cele două Americi și zona Asia Pacific. „Nu este vorba despre un team-building”, ține să precizeze omul de afaceri, iar insistența cu care încearcă să clarifice acest aspect are și o explicație. Un „team-building” ar presupune o muncă de „construire” a unor legături de încredere între membrii unei echipe. Cei zece sunt deja o familie de peste 10 ani,



din perioada în care lucrau pentru Nokia, în diferite colțuri ale lumii. O perioadă care pare acum teribil de îndepărtată, deși compania Novero abia a împlinit un an de existență în luna iunie.

Trecerea de la viața într-o corporație multinațională – cu proceduri clare și rigiditate în fața schimbărilor – la o viziune de business dinamică, în care regulile se fac pe parcursul jocului, i-au făcut pe Răzvan Olosu și pe echipa lui să trăiască intens ultimele 12 luni. Nici nu e de mirare, având în vedere că deviza companiei Novero este „Love Tomorrow” – „Iubește ziua de mâine”. Sintagma adună în două cuvinte filosofia de business pe care se bazează Răzvan

**Ritmul de creștere a producției pe totalitatea gamei Novero este unul alert**

Olosu: dispozitivele Bluetooth sau handsfree pentru telefoanele mobile ale oamenilor activi nu trebuie să fie doar performante și funcționale, ci și frumoase, cu stil și multă personalitate.

**FĂRĂ PLASĂ DE SIGURANȚĂ.** Dacă ar exista o tehnologie suficient de avansată să „deruleze” timpul, am putea apăsa pe butonul „Back”, ca să ne întoarcem în urmă cu exact doi ani de la concertul din sala Ateneului Român. Răzvan Olosu se afla într-un avion, între Düsseldorf – orașul pe care de peste 20 de ani îl numește „acasă” – și Helsinki, cartierul general al Nokia. Olosu ocupa funcția de CEO al Nokia Germania, a treia organizație Nokia din lume ca mărime, cu 3.500 de angajați. În paralel, românul a fost și șef al diviziei germane de Mobile Enhancements, care furniza sisteme Bluetooth, GPS sau alte soluții multimedia pentru folosirea telefoanelor mobile în medii dinamice (precum automobilele). „În acel moment, știam cu certitudine că mai am încă cel puțin 20 de ani de carieră la Nokia și că aș putea ieși la pensie liniștit de aici”, își amintește Olosu, care avusese și oferte pentru poziții-cheie în managementul Nokia din Finlanda sau Statele Unite. Cu toate astea, călătoria spre Helsinki nu marca o întâlnire de rutină cu șefii companiei-mamă, ci avea un scop clar: semnarea a două documente care aveau să-i schimbe viața. Primul: o demisie, după 12 ani ca CEO al Nokia Germania. Cel de-al doilea, contractul prin care se angaja într-un proces unic în istoria companiei Nokia: cumpărarea subdiviziei „Automotive”, axată pe dispozitive pentru folosirea telefonului mobil în mașină. Achiziția nu avea loc pe cont propriu, ci cu ajutorul companiei germane

---

## Pot să spun cu toată sinceritatea că l-aș fi urmat pe Răzvan și dacă îmi spunea că are un plan de afaceri pentru o fabrică de avioane din hârtie

---

Equity Partners, care investește în afaceri mici și mijlocii. Un CEO care să-și cumpere propria divizie? O mutare de neconceput, care a propagat o undă de șoc la nivelul conducerii companiei finlandeze, când Olosu și-a făcut curaj să le bată la ușă cu oferta de preluare: „A durat mult până i-am convins că pot să-mi asum responsabilitatea, că am credibilitatea necesară și că pot să transform divizia respectivă în ceva mai mult decât o afacere secundară”. Ba chiar mai mult: că poate salva, astfel, cele 250 de locuri de muncă de la fabrica Nokia din Bochum (Germania), care avea să fie închisă și delocalizată spre Europa de Est.

La momentul respectiv, românul nu bănuia că peste nici un an avea să fie numit de cotidianul german Bild „omul care a redus speranța” locuitorilor din Bochum. Simțea, însă, că nu-i poate lăsa de izbeliște pe oamenii cu care lucrase cot la cot ani de-a rândul și, mai ales, că venise momentul unei aventuri pe cont propriu. „Într-o organizație mare, evoluezi la trapez, ești într-o continuă echilibristică din cauza responsabilităților care îți apasă pe umeri. Există, însă, mereu o plasă de siguranță care te prinde în eventualitatea unei căderi”, explică antreprenorul neliniștea interioară care îl îndemnase să caute adrenalina unei afaceri proprii. A ales să cumpere divizia „Automotive” nu doar datorită experienței

În următorul an, 100 de noi locuri de muncă vor fi create în cadrul companiei Novero







de ani de zile, ci potențialului de creștere încă neexplorat. Într-o corporație de talia Nokia, o unitate care se ocupă cu implementarea de soluții multimedia pentru mașini se adresează producătorilor industriali și nu clientului obișnuit. În consecință, reprezintă „copilul vitreg” al corporației, iar potențialul său trece adesea neobservat. Știind că dispozitivele multimedia nu vor deveni niciodată o componentă suficient de strategică pentru a fi mutată de la „periferia” Nokiei în „inima” businessului, Olosu și-a prezentat propriul plan de afaceri, prin care transforma o simplă „roțiță” din mecanismul Nokia într-o mașinărie de afaceri de sine stătătoare. După nouă luni de proceduri de preluare păstrate într-un

**Într-o organizație mare, evoluezi la trapez, ești într-o continuă echilibristică. Există, însă, mereu o plasă de siguranță care te prinde în eventualitatea unei căderi.**

secret absolut, data de 16 iunie 2008 a marcat transferul oficial al diviziei „Automotive” Nokia din Bochum – plus centrele de testare din Düsseldorf și Detroit – către Novero, compania lui Olosu. Deși valoarea tranzacției nu poate fi divulgată, făcând obiectul unui contract de confidențialitate între cele două companii, Olosu recunoaște că este vorba de „o sumă semnificativă”, având în vedere că cifra de afaceri a diviziei preluate se învârtă în jurul a sute de milioane de euro. Dacă la început, românul și-a asumat de unul singur

statutul de acționar majoritar, Equity Partners rămânând în plan secund, în prezent a mai apărut un investitor cu care își împarte majoritatea dominantă a acțiunilor. Identitatea acestuia și participația în cadrul Novero sunt trecute sub tăcere de Răzvan Olosu.

**AVIOANE DIN HÂRTIE.** Margaret Thatcher spunea că o persoană care trebuie să le atragă atenția oamenilor că este liderul lor nu este, de fapt, lider deloc. Răzvan Olosu confirmă cuvintele „doamnei de fier”. Un adevărat lider nu trebuie să ridice niciun deget pentru a fi recunoscut și urmat de către cei din jurul său, iar omul de afaceri român a avut parte de cea mai frumoasă surpriză din partea colaboratorilor săi. Aflând de faptul că șeful lor își semnase demisia și fără să bănuiască de planurile lui mărețe (păstrate confidențiale), câțiva manageri ai diviziei și-au dat la rândul lor demisia, în semn de solidaritate, și l-au anunțat că sunt gata să-l urmeze în orice nou proiect. Pam Norris, care ocupa postul de șef al departamentului de vânzări al Nokia pentru America de Nord, a fost prima care și-a semnat preavizul, fără să aibă habar de planurile de viitor ale lui Răzvan Olosu. La o lună după ce a renunțat la slujbă, a citit în „Wall Street Journal” despre negocierile lui Olosu cu Nokia și a înțeles de ce acesta îi spusese, în trecut, că plănuiește „o afacere mare”. Pam, care este acum vicepreședinte Novero pentru cele două Americi, povestește cu o franchețe și cu un umor tipic american: „Pot să spun cu toată sinceritatea că l-aș fi urmat pe Răzvan și dacă îmi spunea că are un plan de afaceri pentru o fabrică de avioane din hârtie”. La fel ca Pam

**„Echipa de șoc”  
pe care Răzvan  
Olosu a adus-o  
la București  
cuprinde șase  
naționalități**



**Cotidianul german Bild l-a numit pe Răzvan Olosu (dreapta) „salvatorul fabricii din Bochum“**

au gândit, printre alții, finlandezul Yrjö Kemppi, actual vicepreședinte pe regiunile Europa, Orientul Mijlociu și Africa, și chinezoaica May Lee, care conduce operațiunile din zona Asia-Pacific. Când vine vorba de oamenii săi, Olosu nu face rabat de la criteriul pasiunii, susținând că un om care pune suflet are șanse mai mari de reușită decât un om extrem de bine pregătit: „Decât să angajezi un om competent care are inima în altă parte, mai bine îți iei un robot“. Pentru a fi mai convingător, vine și cu un exemplu. Cu câteva luni în urmă, făcea o analiză a nivelului de penetrație a hard drive-urilor (sisteme de stocare atașate la dvd-playere) în rândul consumatorilor, pentru a stabili dacă există oportunitate pentru un astfel de business în cadrul Novero. După ce le-a pus în față oamenilor săi un grafic ce descria piața europeană, cu un grad de penetrație între 15 și 17%, Olosu le-a cerut părerea în legătură cu cele două valori. Reacțiile celor din echipă au venit prompt, la unison: este o valoare surprinzător de mare! Omul de afaceri își amintește zâmbind momentul respectiv: „Le-am explicat că pentru mine valoarea de 17% nu reprezintă nimic. Eu nu văd în acel grafic decât 83 de procente încă neexplorate și asta trebuie să vadă și ei“. Când îl privesc pe Răzvan Olosu, cei 250 de angajați ai fostei fabrici Nokia din Bochum văd un singur lucru: pe omul care le-a salvat slujbele. Din iunie 2008, compania Novero a mai produs încă aproape 150 de locuri de muncă, pentru peste 30 de naționalități diferite și plănuiește încă 100 de angajări până la sfârșitul anului viitor. În biroul său din Düsseldorf, Olosu ține pe birou toate cele 30 de stegulețe reprezentând țările de origine ale oamenilor care formează echipa globală Novero.

Însemnele drapelelor îi amintesc zilnic de faptul că se află la cârma unei companii multinaționale în adevăratul sens al cuvântului. Fiecare națiune își aduce propria cultură și culoare locală, împărțându-și o viziune de ansamblu comună. Firul roșu este unul clar: o minte deschisă și capacitatea de a privi o problemă clasică dintr-un unghi neconvențional.

**INSPIRAȚIE DE BUSINESS.** O idee nouă nu se poate naște decât dacă reușești să privești o situație banală dintr-un unghi inedit. „Să nu uităm că, pornind de la aceleași șapte note muzicale, s-au scris simfonii extraordinare dar și melodii de duzină“, argumentează el rolul imaginației într-o societate în care oamenii au acces la aceleași baze de date, la aceleași firme de consultanță și la aceeași educație. Iată un motiv în plus pentru a-și aduce echipa în România, la un festival de muzică clasică. Asta pentru că Răzvan Olosu știe exact ce vrea: nu caută doar performanță, ci și lifestyle, nu doar tehnologie pură, ci și frumusețe. „Oamenii mei construiesc zidurile acestei afaceri ca și cum ar construi o casă și îi pot imprima ce arhitectură vor: Baroc, Bauhaus, Art Nouveau... orice“.

Poate chiar un stil... est-european, cu aerul micului Paris interbelic, având în vedere că Olosu i-a purtat pe străduțele Bucureștiului vechi, pentru a-și face o idee despre ceea ce înseamnă adevăratul spirit bucureștean. Recunoaște, ca un copil pus pe șotii, că a „înfrumusețat“ puțin realitatea zilelor noastre. A fost, însă, pentru o cauză nobilă. Atunci când cei șapte puneau întrebări despre vreo clădire veche, rămasă într-o paragină cumplită, Olosu îi liniștea, spunându-le că



se află în curs de renovare și că în cel mult un an de zile va arăta perfect. În timpul sejurului de la București, petrecut împreună cu echipa sa, Olosu a ales să deruleze un experiment inedit, poate singurul care te-ar putea duce, totuși, cu gândul la un team-building. În fiecare zi, în drum spre Ateneul Român, cei zece de la Novero au trecut semaforul de pe strada Bățiștei... pe culoarea roșie. Nu a fost un gest hazardat, ba chiar dimpotrivă, mai ales că implică o analiză rapidă și detaliată: ce vine din partea dreaptă, ce vine din partea stângă, cu ce viteză trec mașinile și cât de repede trebuie să te miști.

Ideea pentru acest experiment straniu i-a venit lui Olosu văzându-i pe vecinii săi din Düsseldorf în timp ce așteptau cinci minute în fața unui semafor de pe o alee pe care se circula cu 30 de kilometri la oră. Asta în condițiile în care era ora două dimineața și era evident că nu va trece nicio mașină în următoarele trei ore. Când au trecut prima oară pe roșu, câțiva dintre membrii echipei s-au blocat. „Cineva

a spus: «Dacă Răzvan traversează, atunci putem traversa și noi!», își amintește, râzând, antreprenorul. Apoi au înțeles ideea și au învățat să se uite de două ori în fiecare direcție, să pășească mai rapid, să alerge dacă e cazul... exact ca în business. Examenul final s-a dat în ultima zi petrecută în România: au traversat pe roșu Bulevardul Magheru. Nimeni n-a ajuns la spital.

Olosu le-a dat o lecție „Made in Romania”: aici, oamenii trăiesc cu riscul, învață să-l gestioneze, își creează mecanisme de apărare și se adaptează. „Cultura supraviețuirii”, cum ar spune românul descurcăreț. Exact asta a încercat să-i învețe pe oamenii din echipa lui. „Când toate semafoarele arată verde și ți se pare momentul ideal pentru a traversa, atunci ești, de fapt, cel mai vulnerabil”, argumentează Olosu. Metafora lui te duce cu gândul la recesiunea din care lumea încă se chinuiește să iasă și la „boomurile” imobiliare și financiare care au precedat-o: dacă nu ești pregătit, chiar atunci când toate stopurile sunt pe verde te lovește surpriza cea mai mare. **F**

## AFACERI ÎN CONTINUĂ MIȘCARE

**Viziunea Novero despre tehnologie se inspiră din personalitatea oamenilor activi. Știința trebuie să se „umanizeze” pentru a intra în viața acestora.**

Pe lângă soluțiile multimedia pentru mașini - dispozitive Bluetooth pentru clienți de top, precum BMW, Land Rover, Volkswagen sau Ford – compania lui Răzvan Olosu a creat și primul produs destinat consumatorilor individuali: TheFirstOne. Acesta este un dispozitiv Bluetooth destinat oamenilor activi, care trebuie să fie conectați în permanență la tehnologie. De culoare albă și cu accente metalice discrete, TheFirstOne nu a fost creat de echipa Novero ca o „piesă de tehnologie”, ci mai mult ca un accesoriu discret, care să se muleze pe stilul persoanei care îl poartă (prins la buzunarul sacoului, atârnat la gât sau ținut în ureche). Răzvan Olosu nu-și impune nici mai mult, nici mai puțin decât... umanizarea tehnologiei, prin aducerea ei mai aproape de frumusețe și cât mai departe de stilul rece și auster al aparatelor „made in China”, fabricate pentru a acoperi o masă cât mai mare de consumatori.

**HI-TECH ȘI LIFESTYLE.** Chiar și modul de ambalare este unul extravagant: fiecare cablu este ambalat într-o cutie albă sau fucsia, iar dispozitivul Bluetooth în sine este plasat într-o carcasă din plastic transparent, care îi dă aspectul prețios al unei bijuterii în vitrina unui magazin scump.

Din punct de vedere tehnic, TheFirstOne este simplu de folosit și, spre mândria lui Olosu, exprimă exact principiul din citatul său preferat, aparținând lui Brâncuși: „Simplitatea este complexitatea rezolvată”. Principalul avantaj: calitatea sunetului este una „de cristal”, iar tehnologia încorporată în carcasa alb-argintie reduce influența sunetelor de fundal, care pot distra atenția de la o conversație importantă. Chiar dacă produsul hi-tech – care costă 149 de euro – se află la început și este disponibil exclusiv online pentru moment, Olosu se așteaptă la un volum al vânzărilor de ordinul sutelor de mii în următorii doi ani.

