

Zâmbiți, vă rog, este secolul XIX!



Cornelis de Boer, în studioul său foto, îmbrăcat în costum tradițional

Două idei inedite de afaceri au transformat un orașel de pescari din Olanda într-o țintă turistică de două ori mai atractivă decât Bucureștiul. De Diana-Florina Cosmin

De ani buni, agențiile de turism și autoritățile din România se străduiesc să așeze Bucureștiul pe harta destinațiilor atractive din Europa. În tot acest timp, două afaceri mici și cu impact atrag anual peste două milioane de turiști străini (dublu față de București) într-un oraș de 150 de ori mai mic decât capitala României.

La o primă vedere, Volendam este un simplu orașel pescăresc, cu căsuțe colorate înșiruite de-a lungul lacului IJssel, lac numit de olandezi și Marea IJssel, pentru că a fost „furat“ prin îndiguire din Marea Nordului. Surprinzător însă pentru un fost sat de pescari de țipar, popularitatea lui la nivel mondial a ajuns să-l plaseze imediat după Amsterdam în topul simbolurilor turistice ale Olandei.

Anual, cele două milioane de turiști străini care aleg Volendamul pășesc de fapt pe urmele unor foști oaspeți de renume precum Renoir, Walt Disney, Clark Gable, Elizabeth Taylor, Kirk Douglas, Mu-

hammad Ali, Chris de Burgh, Larry Hagman, Gabriela Sabatini sau Eleanor Roosevelt. Două mii de kilometri la est pe harta lumii, proaspăta capitală europeană București a fost explorată în 2007 de mai puțin de un milion de turiști străini, dintre care 80% veniți în scop de afaceri.

Motivele ce îndeamnă turiștii să viziteze un fost sat pescăresc pot stârni legitime semne de întrebare, însă realitatea înlătură orice dubiu. Orașul a devenit aproape un brand, cu o identitate situată între două coordonate clare – atmosfera de secol XIX și fotografiile tradiționale. Două afaceri de mici dimensiuni au reușit să construiască o imagine internațională pentru un orașel pescăresc de 18.000 de locuitori, arătându-ne, prin contrast, cât de neînchegată este propria noastră imagine.

UN TRIB ÎN SABOȚI. Pe malul lacului IJssel, o căsuță verde cu geamuri alb-roșii poartă o firmă ce atrage atenția: „Foto de Boer – Fotos in Kostum“. Studioul foto condus de Cornelis de Boer este o afacere aflată deja la a treia generație, cu o cifră de afaceri anuală estimată la peste 100.000 de euro și cu aproape 50 de clienți pe zi. Succesul afacerii are la bază un concept simplu, dar de efect: dorința turiștilor străini de a se îmbrăca și a se fotografia în costum tradițional olandez, într-un decor ce recrează atmosfera Olandei de acum un secol.

Proprietarul se mândrește cu longevitatea ideii bunicului său: „Tatăl meu a preluat afacerea de la bunicul, iar acum eu și sora mea am preluat conducerea la rândul nostru. Costumele pe care le folosim sunt autentice, le cumpărăm de la atelierile din Volendam, pentru că, din păcate, acestea nu se mai produc nicăieri“, dezvăluie de Boer, pentru Forbes România, ingredientele businessului său. Pentru că toate costumele folosite în ședințele foto fac parte din portul tradițional din zona Edem-Volendam, acesta a devenit cel mai cunoscut model de costum olandez, deși, ca și costumele românești, vestimentația tradițională poate cunoaște multe variațiuni, având coloristica și motivele diferite în funcție de fiecare regiune în parte.

Dacă la începuturile studioului foto, dezvoltarea pozelor se făcea manual, fiind un proces lent și laborios, complexitatea operațiunilor este acum considerabilă. Cornelis de Boer este pregătit să aibă cli-

enți chiar și grupuri de 50 de persoane. Prețul unei fotografii individuale este de 13,50 euro și ajunge la 6 euro de persoană pentru copii și pentru grupuri mai mari de 10 turiști. Cât despre cerere, aceasta a fost în continuă creștere în ultimii zece ani, mai ales datorită publicității făcute de artiștii, sportivii și chiar politicienii olandezi.

„Nu cred că există vreo personalitate marcantă din țară care să nu-și fi făcut deja poze la noi și acest lucru a început să ne promoveze și în rândul olandezilor. Am ajuns chiar să apărăm la televizor“, spune de Boer, mândru că, pe lângă olandezii care îi calcă pragul, are clienți din toa-

ea inedită a studiourilor foto tradiționale are o vechime de 85 de ani și a pornit din flerul lui Pauw de Boer, un mic comerciant de suveniruri care a observat cum turiștii americani dintr-un bar făceau schimb de haine cu localnicii, din dorința de a se fotografia în port specific olandez. Realizând potențialul unei asemenea afaceri, de Boer și-a asumat riscul creării primului studio foto tradițional din oraș. Pentru a-și pune în aplicare ideea, el și-a mutat familia formată din nouă copii într-o cameră din pod, transformând etajul de deasupra magazinului său de suveniruri în studioul „Foto de Boer“. De atunci, în cămă-



O asemenea poză de grup costă 54 de euro

tă Europa și chiar din Statele Unite, Australia, Asia sau America Latină. Cea mai neobișnuită vizită rămâne însă cea a unui trib din Papua Noua Guinee. „O experiență într-adevăr memorabilă“, își amintește el. Pentru că Volendam este singurul loc din Olanda unde se pot face poze în costume tradiționale, „Foto de Boer“ are în lunile de vară chiar și 200 de clienți pe zi, ajungând la un număr de aproape 10.000 anual. Acest lucru îl face pe proprietar extrem de încrezător în viitor, indiferent de efectele imprevizibile ale crizei financiare: „Cel mai rău lucru pe care ni l-ar putea aduce criza ar fi o încetinire a creșterii din ultimii ani. Așa că nu-mi este teamă, aștept să văd ce va fi.“ Siguranța cu care vorbește de Boer este explicabilă prin prisma istoriei pe care o are mica sa companie. Ide-

ruța casei sale, peste cinci sute de mii de turiști au devenit, pentru câteva minute, olandezi get beget.

PE URMELE LUI RENOIR. La doar câteva case distanță de „Foto de Boer“, cea de-a doua afacere de succes a orașului își întâmpină clienții de 128 de ani. Printre magazinele de suveniruri și studiourile foto, Hotelul Spaander pare un mic han cu parfum de secol XIX, unde turiștii pot poposi pentru a lua prânzul și pentru a admira tablourile de diverse mărimi și stiluri ce acoperă pereții.

În realitate, Hotel Spaander este locul care din 1881 i-a găzduit pe toți oaspeții de seamă ai orașului, de la Renoir la Eleanor Roosevelt. O cameră single costă între 80 și 155 euro pe noapte iar una dublă varia-

ză între 100 și 185 euro, prețuri ce pot părea piperate pentru un mic orașel pescăresc. Cifra de afaceri de peste cinci milioane de euro anual dovedește însă contrariul. Mai mult, în ultimii patru ani, gradul de ocupare al hotelului a crescut de la 52% la 78%, majoritatea oaspeților fiind turiști în căutarea unor experiențe tradiționale inedite. Niciunul dintre aceștia nu pleacă dezamăgit. Restaurantul hotelului promovează atât spiritul orașului, cât și mâncarea tradițională. Chelnerii și chelnerițele sunt îmbrăcați – cum altfel – decât în costum național iar specialitatea casei este țiparul prăjit, cel mai popular pește de apă dulce din zonă.

Ca și „Foto de Boer“, hotelul a pornit din viziunea unui singur om. El se numea Leendert Spaander și a deschis porți-

ținând curentului impresionist. Motiv de mândrie și element definitoriu pentru succesul afacerii, spectaculoasa colecție vine și cu o factură de întreținere pe măsură – 120.000 de euro anual – ce nu diminuează însă profitul cu șase zerouri.

„Leendert Spaander a fost un om cu o viziune extraordinară. El a vrut ca hotelul său să ofere o atmosferă propice creației dar, în același timp, să devină un mic centru cultural care să-i inspire și pe localnici și să le stimuleze gustul pentru frumos“, declară, pentru Forbes România, Linda Kas, unul dintre managerii hotelului, afiliat la rețeaua Best Western. La fel ca și Foto de Boer, Hotel Spaander și-a bazat dintotdeauna succesul pe spiritul tradițional. Cu mult înainte de apariția conceptului de marketing, Leendert Spaander vizita

boluri ale orașului lor i-a inspirat și pe micii întreprinzători din Volendam să dezvolte o ofertă variată pentru cei dornici de o experiență olandeză completă. O moară de vânt transformată în muzeu, o fermă unde se poate urmări procesul de producție al brânzei de casă și o afumătorie de carne de țipar au porțile larg deschise curioșilor. Cât despre cei interesați de meșteșugurile locale, există un atelier unde se poate admira arta șlefuitorilor de diamante și un altul unde se confecționează saboți de lemn. De asemenea, orașul are un mic port de agrement, de unde se fac excursii cu barca în localitatea vecină, Marken.

Un lucru greu de crezut pentru acest orașel pescăresc ce nici măcar nu figurează pe hărți este faptul că el a dat câteva figuri de marcă ale Olandei. Cea mai de succes formație olandeză a tuturor timpurilor – BZN (adevărați Bee Gees ai Țărilor de Jos), cel mai popular cântăreț olandez – Jan Smit și celebrul duo muzical – Nick & Simon sunt originari din Volendam. Și lista nu se oprește aici. Orașul are o echipă de fotbal de primă divizie – F.C.Volendam și o echipă de handbal triplă campioană națională – Kras Volendam. Toți aceștia contribuie la promovarea brandului Volendam și aduc și mai multă notorietate orașelului. Cât despre secretul unei asemenea densități de talente, Cornelis de Boer are explicația pregătită: „Locuitorii din Volendam sunt atât de talentați pentru că de sute de ani își perpetuează tradițiile și talentul exclusiv între granițele orașelului nostru.“

Pe lângă patriotismul local, dezvoltarea turismului și succesul în plan internațional au ajuns să genereze o adevărată criză de locuințe în Volendam, dat fiind că cei născuți aici nu vor să trăiască în niciun alt loc din țară iar întreprinzătorii străini sunt atrași de perspectiva unor afaceri profitabile. „Am ajuns să avem studiouri foto tradiționale conduse de sud-africani sau de alte naționalități“, afirmă ușor contrariat Cornelis de Boer. Tradiția vinde, iar oamenii de afaceri o știu.

Mai mult decât un business inedit, Volendam este dovada clară a puterii pe care o poate avea un brand bine construit. Costume tradiționale frumoase sau mâncăruri savuroase are și România, ceea ce îi lipsește deocamdată este un Pauw de Boer sau un Leendert Spaander. **S**



Prețul unei camere la Hotel Spaander ajunge și la 185 de euro pe noapte

le hotelului său tuturor artiștilor dornici să immortalizeze spiritul orașului Volendam. Le-a creat ateliere și a acceptat să-și plătească masă și cazare cu tablouri. Astfel a atras pictori precum Elizabeth Nourse, Raymond C. Ewer, John Rettig, Paul Signac, Wilm Wouters, Georg Hering și Augustin Hanicotte, cei trei din urmă devenindu-i chiar gineri. Pitorescul orașului nu l-a lăsat rece nici pe Pierre-Auguste Renoir, care a făcut o vizită în 1885, fiind primul oaspete de seamă al hotelului. Ca urmare a inițiativei lui Spaander, hotelul are în prezent o colecție de peste 1.500 de tablouri originale, cele mai multe apar-

târguri internaționale îmbrăcat în costum tradițional olandez, pentru a atrage turiștii în Volendam.

NU APARE PE HĂRȚI, DAR VINDE.

Cele două idei de afaceri au avut de-a lungul vremii un efect multiplicator pentru comerțul din zonă. Turiștii atrași de Foto de Boer și Hotel Spaander au determinat companii olandeze de renume, precum Simons și Többen, să introducă în oferta lor obiecte tradiționale ale locului, precum păpuși îmbrăcate în costum național sau decorațiuni din lemn create de foștii pescari pensionați. Popularitatea celor două sim-