



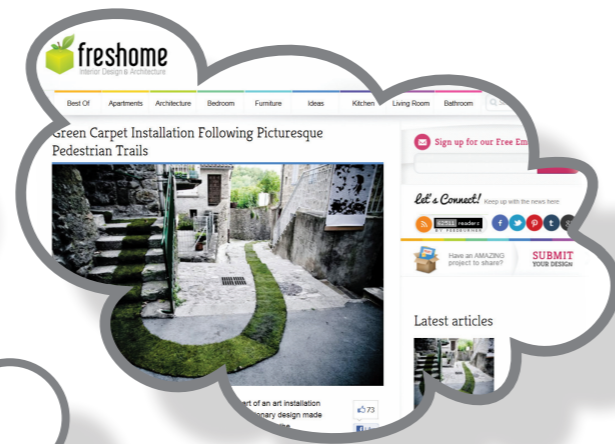
MIHAI-CRISTIAN MICLĂ



ADRIANA TEICU



LAVINIA PĂTRAȘCU



MADE IN TIMIȘOARA

LUNAR, TREI MILIOANE DE AMERICANI INTRĂ PE FRESHOME.COM, CĂUTÂNDU-ȘI INSPIRAȚIA ÎN MATERIE DE DESIGN INTERIOR. ÎN SPATELE CELOR PESTE 6.000 DE ARTICOLE DIN ULTIMII CINCI ANI, SE AFLĂ... TREI TINERI TIMIȘORENI.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Un apartament luxos din Sankt Petersburg, semnat de design-erul Anton Valiev; o casă de 258 de metri pătrați din La Planicie, Perù, proiectată longitudinal, astfel încât toate ferestrele să aibă priveliște spectaculoasă, și un duplex din Peninsula de Osa, Costa Rica, dezvoltat pe principiile arhitecturii bio-climatică. Acestea erau cele mai recente postări la momentul primei mele vizite pe Freshome.com, site afișat, triumfal, ca fiind din „Statele Unite ale Americii”. Lângă sigla sub formă de măr pătrătos, de culoare verde, trei cuvinte – „Interior Design & Architecture” – serveau drept acoperiș pentru cele două secțiuni, de la „apartamente” și „mobilă” până la „băi”, „bucătării” sau „dormitoare”. În total, 6.000 de articole (și 40.000 de fotografii) publicate între 2007 și 2012 de ceea ce orice vizitator ar califica, de la prima vedere, drept o echipă puternică de experți în amenajări interioare, dedicată meseriei și susținută de o companie la fel de abilă într-ale internetului. Și totuși...

După ce petreci câteva ore bune privind interioare luxoase și case parcă desprinse din povești, primul gând care ți-ar veni în minte într-o eventuală discuție cu fondatorul Freshome.com ar fi, probabil, „Okay, sunt extrem de curioasă cum arată casa TA”. Cea dintr-un luxos cartier rezidențial din America, firește. Doar că, surpriză, nici creatorul site-ului – Mihai-Cristian Miclă (25 de ani) – și nici oamenii săi de bază – Lavinia Pătrașcu (26 de ani) și Adriana Teicu (27 de ani) – nu au vreo legătură cu Statele Unite. Cel puțin nu una care să se traducă într-o înscrisătură în buletin în dreptul căsuței „Domiciliu”. Chiar și așa, din 2007 încoace cei trei îi fac pe americani (și nu numai) să viseze la casa ideală și pun pe jar

FOTO: FORBES

TIMIȘOARA DĂ TONUL ÎN DESIGNUL AMERICAN

În martie 2012, numărul fanilor Freshome.com pe Facebook se ridică la 240.000. Aceștia li se adaugă, în aceeași perioadă, 31.000 de „followeri” pe Twitter și peste 60.000 de abonați RSS.

Statisticile vorbesc de la sine: există utilizatori care petrec câte șapte-opt ore pe site, vizualizând mii de poze și sute de pagini, iar alții își împărtășesc plăcerea pe Twitter (Ex: „Verificatul Freshome a devenit religia mea zilnică”, „Îmi iau doza de inspirație zilnică de pe Freshome...”)



Freshome.com are între 2,5 și 3 milioane de vizitatori unici în fiecare lună și, respectiv, peste 8 milioane de vizite unice per pagină în același interval de timp.

De la fondarea site-ului, în 2007, Freshome.com a publicat peste 6.000 de articole, cu peste 40.000 de fotografii și idei de design și arhitectură.

designeri și arhitecți din toată lumea; totul stând în fața calculatoarelor, în apartamentele lor din Timișoara. Până să se ajungă la cele peste trei milioane de vizitatori unici din prezent (și peste 240.000 de fani pe Facebook), lucrurile s-au conturat ca o joacă de weekend. „La început a fost un mini-site pornit în timpul facultății, pe care adunam idei pentru o viitoare casă”, povestește Mihai. Facultatea fiind, de altfel, doar un moment pasager în povestea sa. La secțiunea „Studii” de pe profilul de Facebook al lui Mihai stă scris atât: „College makes you dumb” (Facultatea te prosteste). A început două – Electronică și Telecomunicații și, respectiv, Științe economice –, însă în momentul în care Freshome a început să aibă succes, a avut de luat o decizie radicală, în defavoarea studiilor. „După ce am făcut un an de facultate, m-am convins că totul depinde de tine și nu de facultatea pe care o faci...”, explică el. Joaca de-a blogul a venit într-un moment în care începuse să se gândească mai serios la cum ar trebui să arate casa visurilor sale. Nu avea o idee prea clară ce i-ar plăcea, așa că a început să se documenteze în stânga și-n dreapta, adunând fotografii și idei de amenajare interioară. Pentru a îmbina utilul cu plăcutul, s-a decis să-și facă publice sursele de inspirație găsite pentru a face schimb de idei cu alte persoane aflate în aceleași căutări. „Blogul era ceva ce

faceam în timpul liber, de plăcere”, explică el. Totul s-a schimbat într-o călătorie în Grecia, când – preț de zece zile – a decis să se relaxeze total, luând inclusiv pauză de internet. La întoarcerea acasă, a avut surpriza să găsească 16 e-mailuri de la persoane din diferite colțuri ale lumii. „Mă întrebam dacă mai trăiesc, de ce nu mai apar materiale noi pe site, dacă am pățit ceva, dacă am renunțat la proiect”, își amintește el, râzând.

Atunci și-a dat seama că există un public dedicat, căruia chiar îi pasă de site, și pe care ar trebui să-l trateze altfel. Cu mai multă seriozitate, ca și cum ar fi vorba despre clienții unui business în toată regula.

F *Înainte de a crea un site, orice blogger trebuie să se gândească temeinic dacă peste șase luni o să mai aibă ce scrie pe respectivul subiect.*

Cinci ani mai târziu, Freshome chiar este un business, cu un trafic în continuă creștere și venituri din reclame care îi permit lui Mihai să-și plătească echipa și să reinvestească lunar în proiect. Succesul a fost

cel care a adus, de altfel, însăși nevoia unei echipe. „Chiar dacă ziua de lucru era între 12 și 14 ore, nu le mai puteam face singur pe toate”, explică Mihai. Când a început să dea sfadă-n țară, în căutare de colaboratori, a descoperit că foarte mulți dintre cei care îi urmăreau site-ul abia așteptau o ocazie pentru a se implica. Așa au apărut Lavinia și Adriana (plus alte două colaboratoare internaționale), alături de care Mihai selectează din cele minimum 100 de e-mailuri primite, în fiecare dimineață, de la designeri de interior, arhitecți sau firme de PR care vor să-și prezinte creațiile. În momentul în care un proiect le atrage atenția, începe un schimb de e-mailuri cu persoana respectivă, o solicitare de fotografii și, eventual, un mini-interviu. „Mulți ne spun, ulterior, că anumiți clienți au aflat despre ei de pe site-ul nostru”, povestește, mândru, Mihai. Acesta este rolul dual al Freshome: sursă de inspirație, dar și interfață între designerii talentați și potențialii lor clienți. Tot aici se face și diferența între blogurile de succes și cele care se scufundă încet în uitare: „Noi încercăm să prezentăm mereu proiecte interesante, pe care lumea să le țină minte și să-și dorească să le arate și prietenilor”. Faima se propagă de multe ori din vorbă în vorbă, pentru că într-o lume în care informația circulă cu viteza luminii, fiecare poate găsi, rapid, cea mai scurtă cale până la ceea ce își dorește. Așa cum și-a găsit-o și Mihai, fără o diplomă de facultate, dar cu

o pasiune asumată pentru arhitectură și decorațiuni interioare. Îmi citează o maximă pe care a auzit-o de curând și care simte că se potrivește cu povestea lui: „Dacă e important, vei găsi o cale. Dacă nu e important, vei găsi o scuză”. Freshome a fost, la momentul lui, suficient de important pentru ca studentul Mihai-Cristian Micle să nu-și mai găsească scuze și să mizeze totul pe o singură carte. Sau pe un singur clic, multiplicat, între timp, în câteva milioane.

Totuși, pe toți cei care consideră bloggingul o activitate la modă, care te poate face faimos cât ai bate din palme, preferă să-i tempereze cu câteva sfaturi din propria experiență. „Înainte să începi un blog, trebuie să te gândești dacă peste șase luni o să mai ai ce spune legat de acest subiect”, explică el. Și, chiar și mai important, să fii serios și disciplinat: „Când lucrezi de acasă, nu ai un șef care să te verifice, așa că trebuie să duci zilnic o bătălie cu toate tentațiile din jur”. Tentații care se traduc prin YouTube, Facebook sau alte site-uri generatoare de amuzament rapid, dar mari consumatoare de timp. De altfel, celor care vor să-l adauge pe Facebook sau să-i trimită e-mail, Mihai le pune de la început o condiție: „Când îmi cereți prietenia, scrieți-mi ceva și despre voi”.

Motivul: dacă doar 0,1% din cele trei milioane de vizitatori vor să afle cine este omul din spatele site-ului, asta înseamnă aproape 3.000 de cereri de prietenie. „Este cam mult, nu-i așa?”, râde el. **F**