

DEMITIZAREA ROMÂNIEI ÎN 7 ACTE

A DAT FĂRĂ REGRETE
WASHINGTON-UL PENTRU
BUCUREȘTI ȘI CREDE MAI
MULT CA NICIODATĂ ÎN
VIITORUL UNEI ȚĂRI PE
CARE ROMÂNII GET-BEGET
VISEAZĂ S-O PĂRĂSEASCĂ.
DE CE ROMÂNIA LUI
LASKARIS TSAKOUUMAKIS,
DIRECTOR GENERAL
SINGER ROMÂNIA,
NU SEAMĂNĂ CÂTUȘI
DE PUȚIN CU CEA
PE CARE NE-AM
OBIȘNUIT S-O CRITICĂM
LA TOT PASUL?

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Laskaris Tsakoumakis este grec get-beget. S-a născut și a crescut în Atena, cunoaște în detaliu istoria țării din care provine și îți-ar putea povesti ore-n șir despre filosofia lui Níkos Kazantzákis. A renunțat la un MBA în Washington pentru un job la București, în cadrul OTE, proprietarul Romtelecom și Cosmote, apoi s-a ocupat de business development la Ashley & Holmes.

De aproape patru ani este director general al Singer România, filiala unei companii vechi de 160 de ani, cu care fiecare dintre noi are o relație personală măcar prin prisma unei mașini de cusut uitate în podul bunicii. În fiecare vară se încarcă cu energie în două sate grecești care nici măcar nu apar pe hartă și îți poate vorbi cu argumente solide

despre asemănările dintre spiritul poporului grec și puterea liniștită a oamenilor din zona Moldovei. Și, din când în când, îți strecoară un citat din Oscar Wilde, pe care îl consideră unul dintre puținii „scriitori-filosofi“.

Cam aşa ar suna descrierea foarte succintă a unui... român. Unul fără drept de vot, pașaport sau nume terminat în „-escu“, dar care vorbește despre România cu mai multă înflăcărare decât majoritatea celor care le au pe toate cele de mai sus. Și care și-a adjudecat titlul de „cel mai român“ dintre toate personajele pe care le-am interviewat vreodată (locul doi aparținându-i unui... francez get-beget). Laskaris locuiește de 20 de ani în București, este absolvent de ASE și vorbește despre România ca despre „acasă“. „Nu stau aici doar pentru business“, râde el, „nu pot să stau 20 de





ani undeva unde nu iubesc.“ Iar motivul (cel puțin unul dintre ele) este simplu: dacă Grecia, țara copilăriei, și-a dezvăluit deja toate secretele, România are o mie de lucruri cu care să-l surprindă. Și, contrar a ceea ce ar zice orice cârcotaș, surprizele pe care le așteaptă și le prevede Laskaris sunt numai lucruri „de bine“. Am dezbatut, cu argumente, cele mai des întâlnite prejudecăți privind mediul de business și sistemul de educație din țara noastră, iar concluziile au fost surprinzătoare pentru o Românie ai cărei cetățeni au drept îndeletnicire preferată critica despre orice și oricine.

Pregătiți-vă, aşadar, să uitați tot ceea ce credeați că știți despre România și, pentru prima dată, să o priviți cu înțelegere, admiratie și speranță, prin ochii unui grec.

Mitul 1: Educația românească este la pământ

„Dacă m-ar întreba cineva unde să-și trimită copilul să studieze, i-aș spune să facă facultatea în România, iar masteratul și doctoratul în afara”, punctează Laskaris. Tatăl său, secretar general al Facultății de Agronomie din Atena, l-a susținut la începutul anilor '90 în dorința de a studia într-o țară proaspăt ieșită din comunism. Decizia a fost 50% strategică – „Am crezut de la început în perspectivele României“, recunoaște el – și 50% emoțională – „Și grecii, și românii sunt popoare vechi, cu tradiție, avem multe lucruri în comun“. Până în prezent, se felicită pentru decizie. „Toată lumea se plâng că în școlile din România se învață prea mult și fără rost“, explică el. „De fapt, îți dai seama mai târziu că nu specializarea te ajută să prevezi lucruri, ci tocmai cunoștințele generale“. Dacă specializarea te învață cum să reacționezi, cunoștințele de ansamblu te ajută să interpretezi anvergura momentului și să-ți planifici următorul pas: „Facultatea românească te învață unde să cauți ceea ce ai nevoie“. Cu atât mai mult cu cât economia combină informații dintr-o multitudine de domenii, de la științele exacte și până la disciplinele umaniste precum filosofia. „Să nu uităm că economia vizează bunul comun al unei echipe sau al unei națiuni“, punctează grecul. „Nu pot merge doar pe cifre, trebuie să-i înțelegi toate fațetele.“ A ajuns în București în 1991, în mijlocul mineridelor, dar tensiunea momentului nu l-a speriat deloc. „Veneam din Grecia, țara demonstrațiilor de stradă“, râde el. „Primul meu gând a fost „Și ei fac la fel? Deci o să mă simt bine aici“. Era o perioadă dură a învățământului superior românesc, în special la ASE: dacă pierdeai o materie, pierdeai un an. Pentru Laskaris, însă, a fost cea mai bună școală pe care și-ar fi putut-o dori, iar experiența ulterioară cu manageri ieșiți tot din școala românească i-a confirmat ipoteza: „Mulți români din poziții de middle și top management nu mai au ce învăță de la străini tocmai pentru că educația le-a structurat o anumită gândire și o imagine de ansamblu“. Explicația este simplă: dacă ai perspectiva generală, te poți specializa mult mai rapid în orice domeniu. Și nu numai în cele care țin de management. În perioada în care a lucrat la Romtelecom, în plină etapă de digitalizare a serviciilor de telefonia fixă, Laskaris a fost uimit să vadă cum tehnicienii români își însușeau noile tehnologii peste noapte și erau capabili să le implementeze la perfecție de pe-o zi pe alta. „Toate lucrurile importante se rezolvă discutând la modul general, în perspectivă“, crede el. „Detaliile le discuți doar ca să vezi unde se potrivesc ele în imaginea de ansamblu.“

Mitul 2: În România ai cele mai mari șanse să fii furat



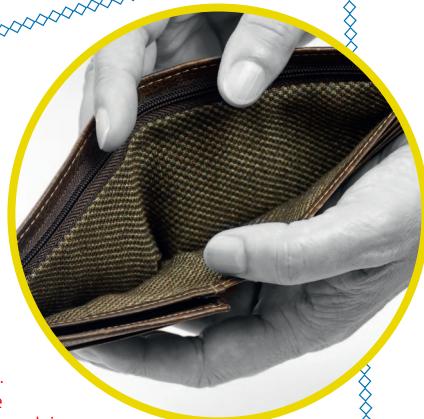
„Sunt în România de 20 de ani și nu m-a furat nimeni niciodată”, precizează de la bun început Laskaris. „Toate rezultatele pe care le-am produs aici le-am produs cu echipa mea din România, pe care nu aş schimba-o cu nicio altă echipă din vreo altă parte a lumii.” Prima dată când îl auzi vorbind despre onestitatea antreprenorului român – și a românilor în general – ai impresia că se pregătește în orice moment să-ți livreze finalul unei glume. Senzata e atât de pregnantă, încât aproape că-ți vine să-i grăbești momentul cu un „Nu, acum serios vorbind...”. Doar că gluma nu există. „Sunt businessmeni în România care au făcut afaceri de sute de milioane de euro pornind de la zero și care angajează sute de oameni”, argumentează el. „Dar toți ne încăpățânam să arătăm cu degetul doar către cei care au călcat strâmb.” Și totuși, de ce auzim atâtea lucruri rele despre „țepele” date de oamenii de afaceri români? „Uite, aici se asemănă de minune grecii și români”, râde Laskaris. „Despre lucrurile bune nu vorbește nimici, în schimb orice prostie se propagă instantaneu”. Românilul de rând nu are atâtă bani cât ar trebui și apar tentații, cele mai multe sfârșind reflectate în paginile ziarelor. Dar, contrar a ceea ce ne-am obișnuit să criticăm, poporul nostru are coloană vertebrală și reacționează la anumiți stimuli, nu neapărat de sorginte financiară. „Dacă îl respectă pe român, el te va respecta de o sută de ori mai mult”, apreciază Laskaris. „Are educație, cuvânt și verticalitate, cu condiția să existe reciprocitate.” Sau, cum îi place să accentueze, cu condiția „să fii om.” „Dacă ești om, și se iartă multe aici”, zâmbește el. „Români sunt ca și greci, lucrează mult pe prietenie și relație personală.” De altfel, tocmai filosofia de viață a poporului grec, axată pe „kallos” (frumos), îl ajută pe Laskaris să cearnă lucrurile reale din România de cele bune. Și, de fiecare dată când o face, constată că ieșe „pe plus”. El și toți ceilalți expați care sfârșesc îndrăgostindu-se de țara noastră. „Odată venit, niciunul nu mai vrea să plece”, râde Laskaris. I s-a întâmplat cu mulți oameni din echipa sa, iar explicația ține, probabil, tot de kallos. „Ar trebui să ne intereseze pe toți partea frumoasă a vieții din România”, crede Laskaris. „La partea urâtă se uită toată lumea.”

Mitul 3: Producția românească a murit de mult

Dacă există un domeniu în care Laskaris crede fără menajamente, acela este producția „made in România”. Taman „copilul viu” al lasă impresia că nu mai există producție în România, crede griplul unităților industriale de la noi, care produc pentru rafinării (care a făcut export în Brazilia, o țară care produce la rândul ei petrolieră), al firmelor din sfera high-tech sau al Aerostar Bacău (pentru aviație). „În petrol, aeronațică și tehnologie nu se avântă oferă și argumente concrete, care nu lasă loc de interpretări: „Până în 1939, România importa de 20 și exporta de 100. Cine a fost acolo o dată, o să ajungă din nou”. În opinia lui, producția „România nu a fost doar grânarul Europei în perioada interbelică, a fost și grânarul Europei”, ține el să nuanceze, amintind uzinele Malaxa. Pentru că producția, în special cea grea, nu se face de azi pe mâine, tradiția României și logistica care s-a păstrat în mare măsură vor ajuta în continuare dezvoltarea în această direcție. Unul dintre argumentele sale este că exportul a ajuns la 30% din PIB, dezvoltarea producției autohtone având un efect exponențial de antrenare: oriunde se dezvoltă industrie, răsar automat încă 5-10 subsectori care beneficiază indirect.

Mitul 4: Viitorul României arată sumbru

Ca un om care a trecut de la telecomunicații la marketing, apoi la retail, Laskaris a cunoscut toate fațetele atât-de-vehiculatului concept de „strategie”. „Întotdeauna vorbim de strategii și de politici”, crede Laskaris. „Diferența e că greșelile de politică le mai rezolvă, cele de strategie – niciodată.” Altfel spus, dacă traectoria trasată e greșită, totul va ieși anapoda, ori că de bună ar fi politică. Și invers: dacă strategia e bine trasată de la bun început, politicele pot fi adaptate pe parcurs. „Iar strategia este, în general, foarte simplă”, zâmbește el. În general, are de-a face cu alegerea celei mai bune căi care te poate scoate la lumină într-o perioadă de criză. „În retail înseamnă să oferi prețuri preferențiale ca să ţii oamenii de partea ta”, exemplifică el. La nivelul unei țări, înseamnă să ieși măsuri punctuale, care să funcționeze ca o contragreutate pentru tumultul mondial. „Nu se poate să plouă și tu să vrei să fii uscat, chiar dacă ai umbrelă”, zâmbește Laskaris. „De aceea nu trebuie să fim atât de duri cu România.” În postura de director general al unei companii vechi de 160 de ani – Singer a fost și primul brand internațional cu filială deschisă la Paris în 1855 – Laskaris vede lucrurile detașat și lucid. „Singer a cunoscut 4-5 recesiuni, tot atâtea creșteri și încă mai există”, explică el. „Trebuie să fii rezistent la toate vremurile.” În cele bune să nu îți ia ochii iluzia că ai devenit milionar, iar în cele rele să nu trăiești sub spectrul falimentului. Când a venit la căma Singer, Laskaris a delocalizat 80% din operațiunile companiei din Grecia în România. O decizie surprinzătoare la momentul ei, dar pe care timpul a dovedit-o corectă. „Asta iubesc eu la România: există o evoluție constantă, pe care poate nu o vezi cu ochiul liber, dar poți fi sigur că se întâmplă.” În opinia lui, au trecut vremurile în care banii se făcea ușor, iar un euro se multiplică peste noapte în zece sau o sută. „Asta a fost în primii zece ani, acum vorbim deja despre muncă grea și susținută”, crede Laskaris. Domenii precum IT-ul stau, însă, ca dovadă a faptului că munca, în combinație cu sus-amintita creativitate, sunt încă puternice, ci foarte puternice, poate chiar un pic amenințător pentru celelalte țări din regiune.”



Mitul 5: Românii au o mentalitate păguboasă

„Putem judeca un student care e bun toată săptămâna dacă miercurea și vinerea nu scrie bine la examen?”, întrebă, cu toată seriozitatea, Laskaris. Cam așa e și România. Lucrurile mai puțin bune care ni se întâmplă se bucură, însă, de o mediatizare mult mai mare decât reușitele. „Spunem că în ultimii 20 de ani nu s-a făcut nimic, dar exportul nu ar fi ajuns la 30% din PIB dacă nu se făcea nimic”, punctează el. Un element definitoriu în decizia sa de a se întoarce în București după începerea programului de MBA în Washington și de a face afaceri în România, și nu în America, se leagă de stilul nostru de business. „Ca și grecii, românii merg pe prietenie, nu doar pe profit”, crede el. „Dacă ești corect, poți să faci afaceri doar cu o strângere de mâină.” O idee care contravine cu tot ceea ce ne-am obișnuit să credem despre noi, dar pe care Laskaris o contrează printr-o altă constatare cu substrat: „România modernă e acel student de 22 de ani, dar noi ținem mortiș să-l comparăm cu moși de 180 de ani, precum Grecia”. Care, până una-alta, a făcut destule greșeli chiar și de la înălțimea vârstei sale. Pe lângă producția de vârf, alte domenii în care Laskaris simte potențialul românilor rămân în continuare publicitatea și marketingul: suntem creativi și orientați spre client, lucru dovedit și prin campaniile premiate în afară și prin nevoia tot mai mare a brandurilor străine de a-și adapta comunicarea la profilul pieței românești. „La Cosmote mi-am dat seama că românului trebuie să îi vorbești pe limba lui, pentru sufletul lui”, își amintește Laskaris. „Nu reacționează la cliché, iar ceea ce funcționează pentru toată Europa nu prea are şanse de izbândă aici.” Aceasta fiind încă o asemănare pe care o simte cu Grecia: resortul emoțional este încă puternic și uneori bate chiar și pragmatismul imediat. Primează relațiile interumane, componenta personală. Cândva, cineva l-a întrebat cum își alege prietenii, iar răspunsul a fost scurt și la obiect: „Prietenii sunt cei cu care ai curaj să pleci la război”. Cu România, Laskaris Tsakourakis pleacă la război de 20 de ani încocace și încă nu și-a pierdut curajul.

PUBLICITATE

BOB PROCTOR
MASTER THINKER

THINKING INTO RESULTS. REINVENT YOURSELF FOR SUCCESS!

Data conferinței:

25 septembrie 2012

Locația conferinței:

Crystal Palace Ballroom, București

Site-ul conferinței:

www.bobproctor-romania.ro



A unique approach to tangible strategies
of getting results beyond expectation.



Mitul 6: Atragem investitorii străini doar prin forța de muncă ieftină

S-a vorbit mult despre plecarea celor de la Nokia de la Jucu, dar în locul lor au venit foarte prompt cei de la Bosch. Se vorbește constant și despre exodul lohnului din România sau despre faptul că devenim prea scumpi în comparație cu alte regiuni. Zvonistică pe care grecul o retează din prima. Cu argumente. „Crezi că Airbus vine pentru mâna de lucru ieftină”, râde el. În domeniile grele, high-tech, la care România a excelat în ultimii ani, contează specializarea. Abia apoi vin restul coordonatorilor, inclusiv cele financiare. „Dacă nu există specializare de vârf, nu deschizi nici consignația, darămite uzina”, zâmbește el. Faptul că am avut producție în ultimele sute de ani a încetătenit o tradiție și, implicit, o siguranță pentru investitorii străini. Viitorul va cerne lucrurile: industriile care caută mâna de lucru ieftină



se vor muta din România, iar în locul lor vor veni – cum au făcut-o deja – cele care caută specializare de top. Fie că este vorba despre aeronație, industria constructoare de mașini sau industria ușoară, care se ocupă cu haine scumpe, unde lucrul de mâna are un aport esențial. Când un costum al unui brand de lux costă 2.500 de euro și un singur metru de țesătură ajunge la 400, contează mai puțin un eurocent în plus sau în minus și mai mult competențele care pot face (sau dîmpotrivă, distrugă) produsul. Motiv suficient pentru ca mărți celebre, de la Cavalli la Balmain, să producă mătase, blănuri și obiecte din piele naturală în diverse fabrici cu tradiție din România. „Chiar și croitorii români sunt cunoscuți de expați drept cei mai buni”, exemplifică Laskaris. „Dacă afară îți se fac două probe, românul îți face patru, ca să iasă perfect.” O atenție la detaliu care contrastează puternic cu ceea ce am învățat să credem despre aşa-zisă noastră „superficialitate”. „În România poți să produci orice, de la un ac la un TIR”, zâmbește Laskaris. „Dar trebuie să se bată palma pe domeniile de vârf, pentru că de acolo se câștigă cel mai bine”.

Mitul 7: Am rămas în urmă față de țările din zonă

Laskaris râde când îi amintesc de invariabilele comparații care se fac între noi și Bulgaria, țară care a știut să-și crească mai rapid și mai eficient calitatea serviciilor. „Îl respect pe bulgari pentru ceea ce au reușit”, își începe el argumentele. „Dar le-aș adresa aceeași întrebare ca și grecilor: produc ei cumva vreo mașină sau asamblează ceva de talie mare?”. Apoi zâmbește. „Cam câte camere de hotel trebuie să închiriezi ca să produci 10.000 de euro, cât costă un Logan?”. O metaforă simplă, dar care sintetizează întreaga filosofie a lui Laskaris privind relația dintre noi și vecini. Noi, spre deosebire de bulgari, avem cel puțin zece domenii productive, cu potențial masiv de creștere. „E important și comerțul, sunt importante serviciile, dar ele cresc până la un anumit nivel, după care stagniază”, explică el. Cu producția, în schimb, perspectivele de dezvoltare sunt imense și, în ciuda patriotismului său de grec 100%, Laskaris recunoaște: „Ceea ce în Grecia a fost interesant o dată, în România va fi de zece ori mai interesant”. O previzună pe care o susține până-n pânzele albe, deși sunt mulți care îl contrazic. În opinia sa, însă, a fi vizionar nu înseamnă să te uiți și să găsești ceea ce nu merge, ci să reușești să vezi potențialul concret. „Toti mureau de râs dacă vorbeai în 1991 despre cât o să ajungă să valoreze Pipera”, explică el. „Dar a fost cel puțin un om care, în loc să râdă, a calculat de câte blocuri e nevoie ca să ajungă să valoreze atât.” Deși a lucrat numai în companii multinaționale, Laskaris recunoaște că, de-a lungul timpului, reacțiile sale au trebuit să fie mereu de antreprenor, mai degrabă decât de manager. Motivul: în țările emergente ai de-a face cu o

conurență maiabil și mai experimentată decât tine, pentru simplul fapt că a trecut prin vremuri mai dificile decât tine. „Să nu uităm că nu vulpea de munte, care are mereu prada la îndemână, e cea mai deșteaptă”, zâmbește el. „Vulpea de câmpie e cea mai aprigă dintre toate, pentru că trebuie să caute și să se lupte tot timpul.” România este asemenei vulpii de câmpie: a trebuit să reziste, să se adapteze, să facă față timpurilor. „Oscar Wilde spunea că viață este o chestiune de nervi”, râde el. „Românii au nervi puternici.” Să, ca toate popoarele vechi, au multă răbdare și rezistență la intemperii. Pe tot parcursul discuției noastre, Laskaris mi-a citat în repetate rânduri din Oscar Wilde, favoritul său care, printre altele, susținea că a fi practic înseamnă a fi limitat. A fi poet, în schimb, înseamnă a fi vizionar. Să, dacă românul tot s-a născut poet, asta ar trebui să însemne ceva, nu-i așa? Laskaris râde cu poftă și își mai aprinde o țigară. Ultima. „Știi, oricine a fost vizionar în istorie a fost mai întâi un mare minciinos.” Cel care a spus prima oară că omul poate zbura a vândut lumii o idee pe care nu a putut-o demonstra în epoca lui. Primul care a afirmat că omul poate călători în spațiu nu a avut de la bun început dreptate. În prezent, nu prea mai avem astfel de profeti care să strige în mijlocul deșertului. Cel puțin nu lucruri bune, care să ne inspire și să ne insuflie încredere în perspectivele care există deja, chiar și la nivel incipient. Să ne „vândă” ideea că putem, că suntem în stare, așa cum a făcut Barack Obama cu americanii. Să ne convingă că avem o sansă. „Asta e marea problemă a societății românești și a vizionii ei”, zâmbește Laskaris. „Suferim de completa și absolută decadență a minciunii...“

