



Digitalizarea - una dintre tendințele arhitecturii de retail

(Interviu cu Matus Ichim, proprietarul Matus Studio)

Una dintre tendințele arhitecturii de retail este digitalizarea, care cunoaște o accelerare și care, mai devreme sau mai târziu, va reuși să netezească îmbinarea celor două canale de vânzare, cel online și cel offline, este de părere Matus Ichim, proprietarul Matus Studio și fondatorul

platformei online dedicată jucătorilor din retail www.prioretail.ro. Acesta ne-a transmis, într-un interviu: "În proiectele de fashion am început să prevedem deja locuri pentru cabine inteligente și sunt foarte multe proiecte care presupun digitalizarea și pixelizarea spațiului de raft".

Reporter: De când activați pe piața arhitecturii de retail?

Matus Ichim: De primele proiectele de arhitectură în zona retailului mă ocupam printre sesiuni de examene și proiecte pentru facultate, încă din anul 4, adică acum 23 de ani, când în Iași se lucra la inaugurarea Iulius Mall, al doilea mall din România și primul din provincie. Urmărind îndeaproape construcția acestui mall am avut inspirația de a-mi păstra interesul către nișa arhitecturii comerciale și pot spune că, astăzi, matus.ro a devenit un reper pentru industrie, ba mai mult, chiar și-a consolidat această poziție de lider și de voce în arhitectura de retail prin înființarea platformei

www.prioritail.ro, o resursă de încredere pentru retaileri. În 2020 am inaugurat platforma www.prioretail.ro cu scopul de a ușura căutările de diverși specialiști din spectrul celor care activează cu prioritate în retail; ne referim aici la furnizori de corpuri de iluminat, finisaje de pereți și de pardoseli, la furnizori de parfumuri ambientale, sisteme antifurt, audio-video. www.prioretail.ro crează o legătură între lumea operatorilor în retail și cea a furnizorilor de materiale, servicii, specializați în retail. Membrii înscriși pe platformă sunt arhitecți, ingineri, furnizori de soluții și servicii dedicate retailerilor, constructori, agenții de comunicare și PR.



Reporter: Cu ce firme ați lucrat/lucrați?

Matius Ichim: Studioul Matiush declinat concepte primite de la studiouri de arhitectură din alte țări precum UK, Spania, Polonia, Turcia, Austria, Germania, America, iar printre clienții noștri se numără branduri aparținând unor multinaționale, cum ar fi Victoria Secret, BBW, Mango, MarcOPolo, Frey Wille, Sinsay, D's Damat, Foot Locker. Dintre retailerii locali enumerăm Made by Society / Vagabond (pentru care am desenat inclusiv magazinele din Londra și Sofia), Noriel, Farmacia Dona, Jolidon, Viorica, Autograf, Animax, ProfiArt.

Reporter: Ce proiecte mari ați realizat până acum?

Matius Ichim: Cred că unul dintre proiectele majore din portofoliul nostru este rebrandingul pentru cele 173 de unități farmacie aparțin rețelei de farmacii Dona, pentru care am și făcut conceptul în 2013. De asemenea, am putea spune că am contribuit semnificativ la succesul rețelei de magazine de jucării Noriel, care a depășit deja 90 de unități. Amintesc aici proiectele asociate brandului Vagabond Studio devenit Made by Society, pentru care am desenat, așa cum spuneam mai sus, inclusiv magazinele deschise în Marea

Britanie (Stratford Westfield) și Bulgaria (Paradise și Serdika). Un alt proiect îndrăzneț pentru noi a fost lansarea platformei www.prioretail.ro, un cadou pe care studiul nostru l-a făcut industriei cu ocazia împlinirii a 20 de ani de activitate în domeniul retailului. Dacă ar fi să analizez proiectele de suflet nu vreau să omit unul la care țin foarte mult, și anume Chillya, cu care ne mândrim și astăzi. N-aș trece cu vederea nici experiența pe care am dobândit-o făcând coordonare de chiriași, tenant coordination la City Park Mall Constanța, Liberty Mall și City Mall București.

Reporter: Care sunt tendințele din piață?

Matius Ichim: Una dintre tendințe ar fi digitalizarea, care cunoaște o accelerare și care, mai devreme sau mai târziu, va reuși să netezească îmbinarea celor două canale de vânzare, cel online și cel offline. În proiectele de fashion am început să prevedem deja locuri pentru cabine inteligente și sunt foarte multe proiecte care presupun digitalizarea și pixelizarea spațiului de raft. O altă tendință ar fi cea a eficientizării consumurilor de resurse, prin implementarea unor soluții de monitorizare și reducere valorică. A treia tendință ar fi cele de înăspri-

re a exigențelor în proiectarea și execuția sistemelor pentru protecția la foc (instalații de detectivă, sprinklere, desfumare, iluminat special etc.), iar a patra temă majoră este cea legată de sustenabilitate.

Reporter: Ce recomandări faceți clienților, în noul context macro-economic (inflație, criză energetică etc.)?

Matius Ichim: Prima recomandare ar fi să fie atenți la închirierea spațiilor funcționale din mall-urile deja deschise, prin detalierea în contracte a aspectelor cum ar fi cât de pregătit este acel spațiu pentru a deveni un spațiu de retail funcțional, cu toate avizele și garanțiile că lucrurile sunt implementate conform dorinței pompierilor. Am multe exemple de spații unde după încheierea contractului am descoperit că trebuie să facem eforturi mari pentru a-l aduce la o stare de autorizare. Asta ar fi o măsură specială și de aceea recomand consultarea unui specialist din zona tehnică (poate fi un project manager, un arhitect de retail sau un constructor cu experiență relevantă în domeniul amenajărilor spațiului de retail). www.prioretail.ro strânge la un loc și acești specialiști. O altă recomandare ar fi eficientizarea sistemelor de organi-

zare a stocurilor și a definirii unei identități de brand cât mai vizibile și mai coerente, a elementelor ce o definesc (iluminatul, alegerea texturilor și culorilor, modul de dispunere a produselor și consilierea)

Reporter: De ce țineți cont în primul rând când creați un spațiu de retail?

Matius Ichim: Aici sunt patru elemente de care ținem cont:

1. Produsul și necesitățile funcționale ale retailerului (vitrină, iluminare, dimensionare, mod de administrare a spațiului etc.);
2. Exigențele de brand, dispunerea produselor în fluxul comercial, dimensionarea anexelor, interacțiunea cu produsul și pe cât se poate crearea unui spațiu memorabil;
3. Exigențele ISU pe care le-am amintit mai sus;
4. Particularitățile zonei, contextului și, evident, morfologia spațiului.

Reporter: Ce perspective are această piață?

Matius Ichim: Retailul pentru mine este o industrie într-o perpetuuă reinventare. Nu știu către ce va evolua această industrie mai exact, dar viitorul va fi simbioză între online și offline. Nici retail fizic fără metaverse, nici personas și avataruri fără mers fizic la mall.





Chillya - un obiect modular cu funcțiuni multiple: birou, sală de relaxare, de lectură sau de yoga

Reporter: Când ați demarat proiectul Chillya și de unde această idee?

Matius Ichim: Când am demarat acest proiect, gândurile mele erau un pic mai vechi, dar în 2017 am găsit momentul propice și am creat Chillya. Am creat acest concept cu gândul de a facilita reîntâlnirea mea și a familiei cu

natura și cu sinele nostru. Mă bucur în continuare de acest proiect alături de mulți dintre cei care nu doar că i-au călcat pragul, dar au și revenit.

Reporter: În ce constă acesta, mai exact?

Matius Ichim: Chillya este un obiect modular care poate avea funcțiuni multiple, printre care: birou, sală de relaxare, de lectură sau de yoga, toate într-un singur volum cu suprafața de 4,8 mp. În anul 2020 am realizat prototipul Chillya 3.0, cu ocazia inițiativei celor de la WWF, care, prin departamentul lor ce se numește Panda Labs, a creat premisele nașterii unui prim campus mixt, rural-urban în România.

Reporter: Cum a evoluat acest proiect în timp?

Matius Ichim: Proiectul Chillya a evoluat sub aripa cea bună a hazardului, deoarece periodic cineva întreabă dacă vreau să facem ceva împreună. Așa a fost și cu echipa Wewilder, care este proiectul celor de la Panda Labs, parte a WWF, echipă din care am fost mândri coautori ai proiectului, ce îi poartă și numele Wewilder, proiect născut în sat bătrân, comuna Armeniș, la Poalele Munților Țarcu în Caraș Severin, lângă rezervația naturală de zimbri - animale considerate arhitectii pădurilor, deci nu se putea găsi un loc mai bun pentru Chillyii decât acolo. Fiecare astfel de reușită mă umple de o bucurie greu de cristalizat în cuvinte. Evoluția în timp a proiectului este pentru mine la fel de surprinzătoare și de aducătoare de

"Dacă ar fi să analizez proiectele de suflet, nu vreau să omit unul la care țin foarte mult, și anume Chillya, cu care ne mândrim și astăzi".

bucurie.

Reporter: Ce tipuri de clienți aveți pe acest segment?

Matius Ichim: Clienții din target sunt persoane juridice, în special, și printre acestea amintesc pensiunile, proprietarii de livezi, de crame, de luciu de apă, de atracții turistice în care ori se poate greu



construe, ori este imposibilă edificarea.

Reporter: De unde vine cererea?

Matius Ichim: Cererea vine în general din mediul online, dar de cele mai multe ori când postăm fotografii de la evenimentele organizate la Chillya sau la care chillya a participat. Am decis, după cum spuneam, destul de curând că clientul domestic nu este clientul Chillya, oamenii sunt extrem de diferiți și nu pot prototipa pentru fiecare un proiect, de aceea livrez doar către persoane juridice sau ONG-uri care doresc să dezvolte astfel de Hub-uri, astfel de comunități.

Reporter: Care sunt specificațiile cererii?

Matius Ichim: Ar trebui să conțină date privind locația, numărul de unități de cazare, de chilii adică, modul de administrare al campusului, funcțiunile dorite, suprafețele aproximative, bugetele de bani și timp.

Reporter: Aveți concurență pe acest segment?

Matius Ichim: Sunt sigur că în ultimii ani ideea de tiny house

imersat în natură a evoluat și sunt mulți dezvoltatori pe piață astăzi. Segmentul însă este în formare, iar concurența crește și, în felul acesta, crește și nivelul de educație al potențialei piețe. Deocamdată, lucrurile sunt la început.

Reporter: Ce așteptări aveți în continuare pe această nișă?

Matius Ichim: Chillya este un proiect supapă pentru Matius Studio, deci practic noi nu avem ca business principal CHILLYA, dar ne face plăcere să ne reîntâlnim cu el mai ales atunci când vrem să evadăm din retail. Așteptările studioului nostru sunt mereu depășite de rezultatele pe care le obținem periodic prin acest proiect în perpetuă evoluție și el. Chillya a făcut pionierat în arhitectura spațiilor off grid și a contribuit semnificativ la apariția în mintea utilizatorului român de spații ne-edificate, de spații autonome energetice și pot spune că s-au făcut în felul acesta primii pași către arhitectura sustenabilă.

Reporter: Care sunt costurile pentru o astfel de casă?

Matius Ichim: Sunt foarte multe variabile în ecuația costului aces-

"N-aș trece cu vederea experiența pe care am dobândit-o făcând coordonare de chiriași, tenant coordination, la City Park Mall Constanța, Liberty Mall și City Mall București".

tui obiect, care este și nu este o casă, nu are nici nici confortul casei, nici statutul de edificiu, suprafețele sunt sub cele normate în legea locuinței tocmai pentru a-i sublinia prezența efemeră în mediul natural și focusul asupra experienței cu natura și mai puțin către cel al spațiului în sine.

Reporter: Ce rezultate financiare aveți după primul semestru trimestru al acestui an, comparativ cu aceeași perioadă din 2022, și care sunt estimările pentru acest an?

Matius Ichim: Cifrele până în acest moment al anului sunt comparabile cu cele de anul trecut, dar proiectele deja contractate ne fac optimiști și estimăm că anul acesta va fi unul cel puțin la fel de bun ca 2022. Estimăm o cifră de afaceri de peste 300.000 de euro. Strategia de lucru a studioului

nostru legat de angajați a fost mereu orientată către parteneriate, deci co-autorat cu studiouri și arhitecți maturi cu experiență și vitează de reacție în retail. Prin urmare, pe lângă cei 12 colaboratori permanenți astăzi, Matius Studio poate livra un proiect pe săptămână alături de studiouri partenere. Prin aceste studiouri partenerie putem face față unei creșteri semnificative a complexității și numărului de proiecte pe care astăzi Matius Studio le gestionează, le proiectează, le implementează.

Reporter: Mulțumesc!