



Sursa: facebook / TonCorner

## "TonCorner este un colecționar și un creator de culoare, nu un simplu magazin de vopsea"

(Interviu cu Liana Leriu, Owner TonCorner)

- "Proiectele prin designeri și arhitecți reprezintă 50% din cifra de afaceri, sunt relații pe care le cultivăm și dorim să le creștem prin obiective commune"
- "Am visat să propunem culori românești încă de când am deschis magazinul"

*Liana Leriu a lucrat în magazine de tip bricolaj vreme de 15 ani, din 2002, după care a decis să își lanseze propria afacere, printr-o investiție inițială de 80.000 de euro. Doamna Leriu ne-a vorbit, într-un*

*interviu, despre afacerea sa, TonCorner, care, prin produsele "100% made in France" pe care le propune, are în centru "transformarea vopselei dintr-un produs de șantier într-un produs de design".*

**Reporter:** Ați lucrat mulți ani în domeniul bricolajului, cum a fost trecerea de la postura de angajat la cea de antreprenor? Ce v-a determinat să porniți propria afacere?

**Liana Leriu:** Am lucrat în comerț 15 ani, încă din 2002, când magazinele de tip bricolaj tocmai intrau pe piață. Nu existau proceduri și re-

guli stricte, am avut posibilitatea de a avea inițiative, idei și de a descoperi moduri de lucru. Nu sunt făcută să lucrez într-un mediu strict, de execuție. Am avut noroc cu perioada în care aceste mari școli de comerț s-au implantat pe piață, atunci puteai avea o libertate de decizie și de mișcare. Când am plecat, misiuni-

le fiecărui angajat erau foarte clare și deși aveam o funcție de conducere, activitățile erau mai mult administrative și organizatorice decât motivaționale. La asta se adaugă și faptul că după 40 de ani, depășim orgoliul specific perioadei de tinerețe, funcția nu mai are aceeași semnificație.



## LIANA LERIU:

"Am început cu o investiție de 80.000 de euro care a presupus amenajarea magazinului, mijloacele fixe și stocul. Pe parcurs, investițiile au ajuns la 150.000 de euro, concentrându-se pe lansarea de noi colecții de culori și pe creșterea notorietății în piață".

# Materiale de construcții

Diferența dintre antreprenor și postura de angajat este semnificativă, cu plusuri și minusuri, dar, în caz de reușită, plusurile sunt mult mai semnificative.

Ca angajat, mai ales într-o companie mare și cu o funcție de conducere, nu există risc, există eventual frustrare și plafonare. Partea bună este securitatea și stabilitatea financiară, socializarea, expunerea la medii și persoane care sunt formatoare și hrănitoare pe termen lung.

Ca antreprenor, responsabilitatea este integrală, cu repercusiuni extinse și nu este întotdeauna ușor. Dar optica este diferită, viziunea mult mai amplă, perspectivele mai puțin prezibile, libertatea de decizie mult mai mare.

**Reporter:** Cum ați ales obiectul de activitate al TonCorner, care au fost primele investiții și la cât s-au ridicat acestea? Unde a ajuns totalul investițiilor în prezent și ce v-ați propus pentru 2023 din acest punct de vedere?

**Liana Leri:** Am ales să continui cu meseria pe care o cunoșteam, respectiv comerțul, într-un domeniu pasionant, care mi-a adus satisfacții în calitate de angajat, respectiv amenajările interioare, designul. Modelul de business, respectiv transformarea vopselei dintr-un produs de șantier într-un produs de design, l-am cunoscut tot ca urmare a experienței

mele de bricolaj.

Am început cu o investiție de 80.000 de euro care a presupus amenajarea magazinului, mijloacele fixe și stocul. Pe parcurs, investițiile au ajuns la 150.000 de euro, concentrându-se pe lansarea de noi colecții de culori și pe creșterea notorietății în piață.

Anul acesta am lansat Colecția de Culori Viscri și Colecția Ressource. Pe lângă costurile propriu-zise de laborator, de identificare a culorilor și transpunere a acestora în rețete de culori, au existat costuri de producție de marketing și de publicitate, promovare, expunere, difuzare, de programare și implementare pe site.

"TonCorner este un boutique pasionat de culoare și de finisaje, un colecționar și un creator de nuanțe unice"

**Reporter:** Ce înseamnă acum afacerea TonCorner, ce cuprinde portofoliul pe care îl aveți și care este furnizorul dumneavoastră?

**Liana Leri:** TonCorner este mai mult decât un magazin de vopsea, este un boutique pa-

sionat de culoare și de finisaje, un colecționar și un creator de nuanțe unice.

Propunem clienților noștri marca franceză Ressource Peintures, soluții de decorare prin vopsea și tapet, produse "100% made in France", urmărind păstrarea și continuarea tradițiilor artisanale, patrimoniale franceze. Pe lângă produse, am dezvoltat în timp și o gamă de servicii care completează produsele: serviciul de zugrăvit la domiciliu, de aplicare tapet, ateliere de recondiționare a lemnului sau de cromatică. Culorile sunt unice, create în colaborare cu creatori din diverse domenii, iar finisajele sunt extrem de variate. Vopseaua lavabilă este disponibilă în opt tipuri de finisaje, de la mat profund până la luciu absolut. În plus, nuanțele sunt disponibile în toate tipurile de vopsea pentru interior, exterior, lemn, metal, fațade.

*"Am deschis TonCorner în 2017, propunând un produs fără nicio reputație evidentă, la prețuri care concureau cu cele mai bine cotate mărci din piață la ora respectivă.*

*Notorietatea și câștigarea încrederii în marcă au fost primordiale până acum".*



Sursa: facebook / TonCorner

# Materiale de construcții

Vopseaua cu efect de materie, de marmură, piatră, beton este organică, pe bază de var, este vie și se lasă manipulată de talentul aplicatorului.

Tapetul Ressource se dorește a fi o frescă murală, un decor mai mult decât un finisaj mural, culorile debordează, iar atingerea este profund mată ca și cum desenele au fost aplicate direct pe perete, ca o pictură murală.

**Reporter:** În prezent aveți o unitate TonCorner în București. Ce trebuie să știe un client despre acest magazin? Ce propuneți diferit față de concurență?

**Liana Leriu:** TonCorner este un colecționar și un creator de culoare, nu un simplu magazin de vopsea. Nuanțele noastre sunt create în colaborare cu pasionați de culoare din lumea designului interior, designului vestimentar, în colaborare cu arhitecți, pictori, graficieni... Preferințele noastre pentru culoa-

re sunt evolutive, în funcție de timpuri și de timp. De aceea, TonCorner și Ressource Peinture propun în fiecare an noi colecții de culori care să vină în întâmpinarea așteptărilor cromatice și de mediu, creativitatea fiind principala trăsătură distinctivă a conceptului. Serviciul de cromatică și de facilitare a alegerii clientului printr-o experiență de cumpărare unică este o altă trăsătură distinctivă a magazinului TonCorner. Toate culorile sunt aplicate pe mostre A4 care permit alăturarea și sublinierea subtonului. Eșantioanele de 100 ml vopsea oferă validarea nuanțelor finale în condiții de lumină specifică locuinței. O expunere la nord face ca o culoare adorată în magazin să nu fie potrivită acasă. Experiența consilierilor noștri și posibilitatea de a testa culoarea în condiții de lumină specifică locuinței, asigură cea mai corectă alegere pentru clienții noștri.

"Este momentul creșterii exponențiale, adică al deschiderii de noi magazine"

**Reporter:** Intenționați să vă extindeți în țară? Cum evoluează distribuția online a produselor dumneavoastră și cât reprezintă acest tip de vânzări în totalul livrărilor?

**Liana Leriu:** Am deschis TonCorner în 2017, propunând un produs fără nicio reputație evidentă, la prețuri care concureau cu cele mai bine cotate mărci din piață la ora respectivă. Notorietatea și câștigarea încrederii în marcă au fost primordiale până acum. Este momentul creșterii exponențiale, adică al deschiderii de noi magazine.

Vânzarea online reprezintă mai puțin de 10% din cifra de afaceri, dar este în creștere. Acum avem și clienți fideli care au testat produsele noastre și au comenzi repetitive. Dar imaginea la ecran nu redă fidel culoarea, iar textura nu poate fi redată decât prin mostre fizice. De aceea, deschiderea de puncte de lucru în țară, este esențială pentru a ajunge la cei care au nevoie de finisaje și culori deosebite.

**Reporter:** Cărui segment vă adresați în principal? De unde vine cea mai importantă cerere? Care a fost cel mai mare proiect în care ați fost furnizor și la cât s-a ridicat acesta?

**Liana Leriu:** Ne adresăm segmentului rezidențial, direct sau prin designeri de interior. Nu pentru că nu ne-ar interesa dezvoltarea imobiliară sau marile șantiere pentru centre comerciale, de relaxare sau bussines. Ci pen-

*"Am ales să continui cu meseria pe care o cunoșteam, respectiv comerțul, într-un domeniu pasionant, care mi-a adus satisfacții în calitate de angajat, respectiv amenajările interioare, designul. Modelul de bussines, respectiv transformarea vopselei dintr-un produs de șantier într-un produs de design, l-am cunoscut tot ca urmare a experienței mele de bricolaj".*



Sursa: facebook / TonCorner

# Materialle de construcții

tru că ne dorim o creștere organică, pe măsură la capacitatea noastră de dezvoltare. Proiectele prin designeri și arhitecți reprezintă 50% din cifra de afaceri, sunt relații pe care le cultivăm și dorim să le creștem prin obiective comune, respectiv reușita șantierului și satisfacția clientului.

Cel mai mare proiect s-a ridicat la o valoare de 20.000 de euro, un proiect privat în țară, care a folosit numai vopsea Ressource, la interior și fațade.

"Anul acesta am lansat două colecții: Culorile Viscri și Ressource"

**Reporter:** Anul acesta ați lansat două colecții noi. Ce ne puteți spune despre acestea și ce va mai aduce nou anul 2023?

**Liana Leri:** Anul acesta am lansat două colecții de culori deosebite:

-Culorile Viscri, semnate de Martine Claessens, 18 culori autentice transilvănene, culese din localitatea Viscri, colecție lansată în luna mai 2023;

-Colecția Ressource, prima colecție de 360 de culori în nume propriu, semnată de designerii Casei Ressource din Franța, colecție lansată în luna iunie 2023.

Am visat să propunem culori românești încă de când am deschis magazinul. Dar acest vis s-a transformat în realitate alături de Marine Claessens. Proiectul a fost spontan, s-a născut la Viscri, la un atelier pe care Martine îl susține în fiecare an în acest loc uitat sau ferit de timp și actualitate. Propunerea mea de a reproduce culorile Viscri s-a întâlnit la jumătate de drum cu pasiunea pentru culoare a lui Martine și cu dorința ei de a crea culori pe măsura emoțiilor pe care acestea le poartă.

*"Anul acesta am lansat Colecția de Culori Viscri și Colecția Ressource. Pe lângă costurile propriu-zise de laborator, de identificare a culorilor și transpunere a acestora în rețete de culori, au existat costuri de producție de marketing și de publicitate, promovare, expunere, difuzare, de programare și implementare pe site".*





Sursa: facebook / TonCorner



Sursa: facebook / TonCorner

Există specificitate locală, există preferințe coloristice, preferințe de formă și materie care s-au format și au crescut în timp. Aceste gusturi derivă din tipul de activități (agricultură, transhumanță, pescuit), din formele de relief unde era situată locuința (munte, mare, deltă), materialele avute la îndemână (lemn, piatră, stuf) și de condițiile climatice. Preferințele noastre de culoare derivă din toți acești factori. De aceea există această diferență în palete coloristice de la un continent la altul și de la o țară la alta. Viscri a fost prima experiență de a reproduce culori care vorbesc și simt românește.

Albul de Viscri, Floare de Soc, este un alb care seamănă cu varul locuințelor bunicilor noștri, un alb solar, dar răcoros. Culoarea lânii brute, culoarea câmpului, a țiglele de pe casă, dar mai ales acest spectaculos albastru de Viscri sunt nuanțe care trezesc în noi întoarcerea acasă, sentimentul și nostalgia comunității și a securității. Cu această colecție, "Culorile Viscri, Culorile Emoției", sperăm să creăm interioare românești autentice și pline de sens. Avem deja proiecte în desfășurare cu această colecție de culori, așteptăm cu nerăbdare finalizarea lor pentru a putea publica imagini cu locuințe îmbrăcate în culorile Viscri.

A doua colecție lansată anul acesta este Resource. Pentru a consacra experiența casei sale, Resource lansează prima sa creație în

nume propriu, colecție inspirată din moștenirea sa poetică și din natură: 360 de nuanțe care vin să compună o gamă infinită de culori. Această deschidere de 360 de grade, această privire panoramică de unghi întreg, dorește să aducă interioarelor și designului interior toate culorile vieții, de la delicatețe la forță, se dorește a fi o plimbare care caută să găsească și să onoreze fiecare alegere.

**Reporter:** Care au fost cifra de afaceri, respectiv profitul TonCorner în 2022 și ce estimați pentru anul curent?

**Liana Leri:** Am avut o cifră de afaceri de 250.000 euro și un profit de 28.000 de euro în 2022. Pentru 2023 avem un obiectiv de creștere de 50% bazat pe extinderea notorietății brandului.

**Reporter:** Care sunt cele mai mari provocări în activitatea dumneavoastră?

**Liana Leri:** Avem mai multe provocări, dar două cred că sunt foarte importante:

-Supravegherea aplicării corecte a finisajelor noastre. Pregătirea șantierului și aplicarea corectă sunt jumătate din reușita proiectului. Reputația produsului depinde și de factori pe care îi putem influența, dar nu controla. Formarea aplicatorilor pentru reușita proiectelor este o mare provocare.

-Expansiunea teritorială este o altă provocare. Ne dorim să testăm o primă deschidere în țară în nume propriu pentru a putea înțelege mai bine solicitările presupuse de gestionarea

unui punct de lucru la distanță. Apoi, probabil, vom gestiona distribuția mixtă, în magazine proprii și francizate, sau parteneriate cu puncte de comercializare ale unor produse de design.

**Reporter:** Care sunt tendințele în materie de vopsea/tapet și amenajări, anul acesta?

**Liana Leri:** Tendințele sunt către natură, se caută materiale cât mai curate, cu textură cât mai organică. Neutrelle reci care respiră mai amplu sunt preferate celor calde. Nuanțele cu subton verde sau albastru sunt mai alese decât tonurile care derivă din roșu. Avem nevoie de spațiu, de aer și de relaxare. Setea de culoare, foarte prezentă, se potolște în accente, în mici obiecte de decor care vin să completeze un decor reușit.

Tapetul cu imagini panoramice este preferat modelului repetitiv, din același motiv al deschiderii către o altă perspectivă.

**Reporter:** Vă mulțumesc!