

"Miza noastră este să aducem schimbare în fiecare casă pe care o decorăm"

(Interviu cu Anamaria Ștefan Georgescu, fondatorul și managerul general al Sophia Romania)

Brandul Sophia a luat ființă în anul 2004, în Iași, cu intenția de a crea un concept de business în franciză ce oferă produse personalizate făcute pe comandă și consiliere în design home deco, cu accent pe perdele și draperii de lux, ne-a declarat Anamaria Ștefan Georgescu, fondator și manager general al Sophia Romania, menționând că printre

clienții mari ai companiei se numără, în țara noastră, hotelurile Marriott, Ibis, grupul City Grill, restaurantul Nuba Palace din Iași, iar în străinătate - hotelurile din Cassis (Les Roches Blanches) din Franța, ori castelele din provincia Languedoc, precum Château Saint Pierre de Serjac.

Reporter: Cum ați lansat conceptul Sophia și ce v-a determinat să alegeți domeniul designului interior?

Anamaria Ștefan Georgescu: În anul 2004 am fondat brandul Sophia în Iași. Încă de la început am avut dorința de a crea un concept de business în franciză ce oferă produse personalizate făcute pe comandă și consiliere în design home deco, cu accent pe perdele și

draperii de lux. La un an distanță am deschis prima franciză Sophia și mai apoi, în cei 20 de ani pe piață, am dezvoltat o rețea de 30 de magazine în franciză în Europa și Miami, Statele Unite ale Americii.

De ce design interior și de ce tocmai decorarea ferestrelor? Sunt pasionată de design-ul interior de când mă știu și în special de țesături. Perdelele și draperiile încălzesc decorul,

îl fac mai acasă, dau touch-ul final și dacă sunt alese corect oferă acel ceva care lipsește. Cred că asta m-a atras și iată că am ales să dezvolt un întreg concept de business pentru înfrumusețarea ferestrelor.

Reporter: Cui se adresează Sophia? Care este publicul țintă? Cu ce clienți mari lucrați?

Anamaria Ștefan Georgescu: În ceea ce privește proiectele B2C, Sophia se adresează segmentului mediu, high, mai exact celor care doresc să aibă o casă decorată cu bun gust. Noi lucrăm cu designeri specializați care oferă clienților consiliere gratuită la domiciliu întocmai pentru a ne asigura că țesăturile alese sunt în armonie cu restul decorului și măsurătorile sunt realizate corect. Vizăm, desigur, și segmentul B2B, proiectele cu hoteluri și restaurante, avem colecții de țesături pentru perdele și draperii speciale pentru această industrie (blackout, dimout, ignifugate), dar și lenjerii de pat, cuverturi, fețe de masă etc. Printre proiectele mari din România, îmi vin în minte hotelurile Marriott, Ibis, grupul City Grill, restaurantul Nuba Palace din Iași. Din străinătate, hotelurile din Cassis (Les Roches Blanches) din Franța, sau castelele din pro-



(continuare în pagina 63)

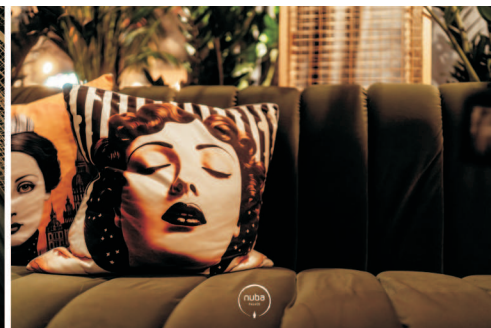
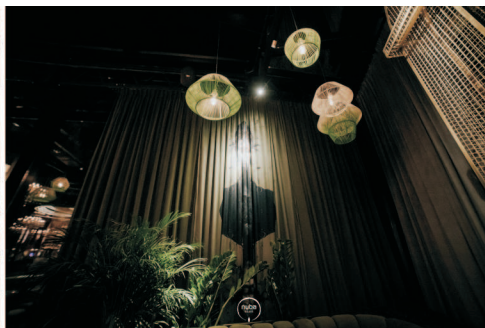
ANAMARIA ȘTEFAN GEORGESCU

"Obiectivul principal constă în deschiderea de francize și micro-francize Sophia în Europa și Statele Unite prin intermediul diasporei".





Restaurant Nuba Palace, Iași, decorat cu draperii și pernuțe cu printuri digitale personalizate



(urmare din pagina 61)

vincia Languedoc, precum Chateau Saint Pierre de Serjac. Proiectele noastre de suflet sunt și instituțiile de cultură din România, în special teatrele și muzeele. Mai recente sunt Muzeul de Istorie Paul Păltănea din Galați și Facultatea de Medicină din cadrul Universității de Medicină și Farmacie "Carol Davila".

"Misiunea noastră, în calitate de francizor, este ca toate francizele noastre să aibă povești de succes"

Reporter: Franciza Sophia are acoperire națională și nu numai. Unde găsim în prezent magazinele Sophia? Care dintre acestea este cea mai de succes poveste?

Anamaria Ștefan Georgescu: În România suntem prezenți în București (unde avem două magazine în franciză și trei proprii), Iași, Alba Iulia, Bacău, Baia Mare, Botoșani, Brăila,

Buzău, Cluj, Comănești, Constanța, Focșani, Oradea, Pașcani, Ploiești, Pitești, Roman, Sibiu, Suceava, Târgu Jiu, Vaslui, Vatra Dornei, Vâlcea. În curs de amenajare este și o nouă franciză în Craiova. Din anul 2022 am deschis o franciză și în Miami, Statele Unite ale Americii.

Misiunea noastră, în calitate de francizor, este ca toate francizele noastre să aibă povești de succes! Dacă ar fi să amintim una singură, îmi vine în minte povestea partenerii noastre de business, Simona Zubașco, ce și-a deschis prima franciză Sophia în anul 2017 în Baia Mare, iar în anul 2021 și-a deschis a doua franciză Sophia în Cluj. În fiecare an, realizăm un top al francizelor Sophia și Simona se află pe primele locuri cu ambele magazine.

Reporter: Ce le transmiteți celor interesați să deschidă o franciză Sophia?

Anamaria Ștefan Georgescu: Dacă vor să înceapă un business în franciză în decorarea ferestrelor, le oferim tot suportul nostru: set-up magazin, marketing, operațional, producție în atelierul nostru propriu, stocuri în

depozitele noastre, traininguri specializate - cam tot ceea ce într-o afacere pe cont propriu te poate speria la început, în cazul francizei Sophia este asigurat de către francizor. Ba mai mult, anul acesta am lansat un concept nou de business la târgurile internaționale din Milano și New York la care am participat: micro-franciza Sophia. Aceasta presupune că nu trebuie să îți deschizi un magazin propriu-zis, ca în cazul francizei și nu ai grija angajaților. Ai nevoie doar de o valiză echipată cu mostre de țesături și o mașină personalizată cu brandul Sophia. Investiția minimă începe de la 5.000 de euro.

"Strategia noastră din ultimii ani s-a concentrat pe dezvoltarea rețelei de francize"

Reporter: Ce presupune, în prezent, strategia de dezvoltare a companiei?

Anamaria Ștefan Georgescu: Strategia noastră din ultimii ani s-a concentrat pe dezvoltarea rețelei de francize. În anul 2021 am deschis șase francize noi în România și am început pregătirile pentru franciza din America. Pe fondul acestei creșteri accelerate, compania a făcut o investiție de un milion de euro în mutarea sediului central din Valea Lupului pe Bd. Poitiers. Mutarea sediului a inclus depozitele, unul dintre atelierul de creație și showroom-ul din Valea Lupului. O imagine reînnoită nu doar a showroom-ului, ci și a atelierului de producție, unde am reușit să ne aliniem noilor tehnologii folosite peste hotare în materie de utilaje performante de producție - mașina conveier, mașina de călcat cu tambur - care au dublat capacitatea de producție.

Aceste aspecte fiind puse la punct, continuăm să ne dezvoltăm firesc conform planului de business. Obiectivul principal constă în deschiderea de francize și micro-francize Sophia în Europa și Statele Unite prin intermediul diasporei. Un pas important în conectarea cu diaspora au fost târgurile internaționale din Milano, Salone Internazionale del



Stand Sophia la Salone del Mobile, Milano

(continuare în pagina 64)

(urmare din pagina 63)

Mobile în perioada 16-21 aprilie și mai recent din New York - International Contemporary Furniture Fair (ICFF), unde am avut stand în perioada 19-21 mai.

"Clienții sunt mai sceptici, mai pretențioși, cântăresc mai mult lucrurile înainte să ia o decizie"

Reporter: Ați observat o schimbare a comportamentului consumatorilor, în ultimii ani, pe fondul inflației mari?

Anamaria Ștefan Georgescu: Contextul național și internațional din ultimii ani are anumite repercusiuni în prezent, pe care le simțim și noi. Clienții sunt mai sceptici, mai pretențioși, cântăresc mai mult lucrurile înainte să ia o decizie, chiar și în ce privește decorarea locuinței. Cea mai mare provocare este să îl facem fericit pe clientul de azi și pentru acest scop ne mobilizăm toate forțele în fiecare zi. Miza noastră este să aducem schimbare în fiecare casă pe care o decorăm și să ne ridicăm la nivelul așteptărilor. Și reușim! Clienții revin la noi, ne recomandă cunoșcuților, sunt încântați de rezultat.

Reporter: Care sunt provocările pentru compania dumneavoastră, în contextul actual - internațional și local?

Anamaria Ștefan Georgescu: Cum spuneam mai sus, clienții sunt mai sceptici la început. De exemplu, sunt anumite aspecte în decorarea ferestrelor care fac diferența între o draperie perfectă, ca în reviste, cum ne place nouă să spunem, și una cu un aspect mai puțin plăcut. Dublarea țesăturilor de exemplu, este un artificiu care contribuie enorm la formarea acelor falduri bogate pe care ni le dorim cu toții. Ei bine, acestea influențează și costul final. O soluție la care recurgem este însă realizarea a trei oferte de preț pentru clienți, astfel încât aceștia să poată cântări lucrurile și să facă alegerea potrivită pentru bugetul lor.

Reporter: Cum evoluează, per ansamblu, piața pe care activați? Care sunt cele mai căutate produse?

Anamaria Ștefan Georgescu: Cele mai căutate produse în cazul nostru rămân perdelele și draperiile pe comandă, personalizate în atelierele noastre de creație și, desigur, în completare sistemele de prindere, șine sau galerii. De cele mai multe ori însă, clienții optează pentru un decor complet cu țesături Sophia, realizăm perne decorative și cuverturi pentru pat din aceleași țesături ca draperiile, asigurăm și lenjeriile de pat, fețele de masă dacă este cazul, prosoapele, etc.

Din fericire, nu se simt fluctuații mari pe pia-



ță, drept dovadă că decorațiunile interioare au funcționat foarte bine și în pandemie. Oamenii au început să prețuiască foarte mult confortul de acasă și starea de bine pe care ți-o oferă un decor personalizat pe gustul tău, în armonie cu pasiunile tale și stilul de viață.

"Catifeaua uni este în tendințe, fină sau cu texturi mai inedite"

Reporter: Care sunt tendințele anului 2024 pe segmentul decorațiunilor interioare? Care considerați că este zona de produse cu cel mai mare potențial în viitor?

Anamaria Ștefan Georgescu: Dacă vorbim despre culori și texturi, catifeaua uni este în

tendințe, fină sau cu texturi mai inedite, modele proeminente, țesăturile care imită fibrele naturale. Nuanțele calde inspirate de natură ating apogeul popularității anul acesta, de exemplu maro, în toate nuanțele posibile.

Ca model de coasere, predomină pliurile flamande. Este un mod de coasere inedit care oferă draperiei un aspect finisat și aerisit, cu falduri perfecte. Totodată, o tendință pe care designerii Sophia o încurajează: o lungime mai mare a draperiei, astfel încât să cadă ușor pe podea. Efectul creat este foarte plăcut.

Reporter: Vă mulțumesc!