

## **20 de ani de capitalism. Azi, Jean Valvis: Marketingul, costurile si comunicarea le-am coordonat intotdeauna personal**

Diana Tudor 01.06.2009

**Antreprenorul care a realizat doua exit-uri de peste 120 mil. euro din afacerile pe care le-a dezvoltat spune ca secretul sau a constat in faptul ca in fiecare business nou a atras cel putin un partener caruia i-a oferit pana la 20% din afacere. "Ii fac partenerii mei ca sa simta ca muncesc pentru propria lor firma", spune Valvis.**



Privind in urma la afacerile pe care le-a dezvoltat in ultimii 15 ani, Jean Valvis, 54 de ani, spune ca principala diferenta intre modul in care fac-ea afaceri la inceput si cum le realizeaza acum este faptul ca a invatat ca este obligat sa delege, si chiar a reusit sa faca acest lucru. Cu toate acestea, pentru Jean Valvis exista in continuare domenii pe care prefera sa le supravegheze personal: marketingul, analiza de costuri si platforma comunicationala. Acesta este si motivul pentru care in toate afacerile pe care le-a construit, Valvis nu a avut director de marketing.

"Primele minute ale zilei sunt pentru mine cele mai valoroase, fiindca in tot restul zilei sunt un bun executant a ceea ce gandesc dimineata. Atunci sunt cel mai creativ, de aceea dimineata sunt mult mai tehnic si mai orientat spre a rezolva problemele care tin de partea financiara, iar dupa-masa ma ocup mai mult de partea de PR, marketing si advertising", dezvaluie antreprenorul.

El a adaugat, de asemenea, ca odata cu experienta acumulata, sedintele de strategie au

## Oamenii cu ajutorul cărora și-a construit afacerile



**Stelian Chiforescu**

**Vârstă:** 53 de ani  
**Studii:** Facultatea de Electromecanică,  
Institutul de Învățământ Superior Baia Mare

### Scurt CV

Chiforescu face parte din structura de bază operațională a oricărui proiect pe care Jean Valvis îl demarează, fiind primul său consilier. El colaborează cu Valvis din 1994, încă de la prima afacere dezvoltată de acesta pe plan local. A detinut funcția de vicepreședinte al Dorna Lactate până în 2008, după ce anterior a fost vicepreședinte al Dorna Apemin, până când aceasta a fost vândută în 2002 către The Coca-Cola Company.



**Valeriu Steriu**

**Vârstă:** 44 de ani  
**Studii:** Facultatea de Tehnologie a Construcțiilor de Mașini,  
Institutul Politehnic București

### Scurt CV

Deși începând de anul acesta este deputat, având funcția de vicepreședinte al Comisiei pentru Agricultură, Silvicultură, Industrie Alimentară și Servicii Specifice, Valeriu Steriu a lucrat aproape patru ani alături de Valvis fiind fostul vicepreședinte de operațiuni și dezvoltare al Dorna Lactate și cel împreună cu care omul de afaceri a dezvoltat fermele. Revenirea în mediul politic, după ce LaDorna a fost vândută către Lactalis, este însă o alegere firească, ținând cont că Steriu a mai fost secretar de stat în Ministerul Agriculturii.



**Cornel Popa**

**Vârstă:** 57 de ani  
**Studii:** Facultatea de Comerț  
Academia de Studii Economice București

### Scurt CV

A început să lucreze cu Jean Valvis în 1994, fiind alături de Stelian Chiforescu unul dintre oamenii pe care omul de afaceri de origine greacă a contat la fiecare afacere pe care a dezvoltat-o. Având o experiență bogată în activitatea de import-export, Popa coordonează în prezent proiectul de dezvoltare a vinurilor în cadrul Viti-Pomicola Sâmburești, fiind administrator al acestei companii.



**Dumitru Bălan**

**Vârstă:** 68 de ani  
**Studii:** Institutul de Petrol și Gaze București,  
secția Mașini și Utilaj Petrolier

### Scurt CV

Este alături de Jean Valvis din 1999, când omul de afaceri coordona încă Dorna Apemin, și are o experiență îndelungată în studiile de fezabilitate pentru apele minerale. În prezent, el este directorul administrativ al Valvis Holding, noul grup cu activități în energia regenerabilă creat de antreprenor.

incetat a mai fi formale și s-au transformat în discuții cu prieteni. Acest lucru se întâmplă deoarece omul de afaceri și-a pastrat aproape, în tot acest timp, oamenii cu care a demarat Dorna Apemin. Stelian Chiforescu, fostul vicepreședinte al companiilor Dorna Apemin și Dorna Lactate, dar și Cornel Popa lucrează împreună cu Jean Valvis din 1994, fiind în continuare implicați în administrarea afacerilor controlate de antreprenorul de origine greacă.

## Parteneri în fiecare afacere

Unul dintre secretele care au stat la baza reușitei lui Valvis a fost faptul că în toate afacerile dezvoltate pe plan local a avut mai mulți parteneri. "Mereu am un partener roman sau mai multi care detin între 10 și 20% din afaceri și pe care îi rasplatesc la final (în momentul exit-ului). Astfel îi fac pe partenerii mei să simtă că muncesc pentru propria lor firmă. Tocmai de aceea am protejat procentul de 20% detinut de PAS la Dorna Apemin și nu l-am diluat la majorările ulterioare care au avut loc până la vânzarea către The Coca-Cola Company", susține Jean Valvis.

În afara de aceștia însă, Valvis a mai avut un sprijin

important in afaceri - un partener cu care a impartit actionariatul in fiecare afacere pe care a condus-o. "Hans Bertschmann, partenerul meu de afaceri si unul din consilierii mei, a detinut jumatate din pachetul de 80% din titlurile Apemin", afirma Valvis. Ulterior, acelasi sistem a fost aplicat si in cadrul LaDorna. Dupa ce aceasta a fost insa vanduta, Bertschmann s-a retras din afacerile pe care le-a construit alaturi de Valvis din cauza problemelor de sanatate.

Acum, omul de afaceri de origine elena considera ca cel mai valoros activ al sau este reputatia pe care Valvis Holding, grupul pe care l-a construit in ultimii ani, a castigat-o din reusitele celorlalte afaceri si branduri dezvoltate.

Omul de afaceri cu cetatenie elvetiana si greaca, fiind nascut la Atena, Jean Valvis este absolvent al Facultatii de Arhitectura din cadrul Universitatii Politehnice din Atena (National Technical University of Athens), dar si al Universitatii Paris I, Sorbona, in cadrul careia si-a luat si doctoratul. Dupa finalizarea studiilor, el a profesat ca arhitect aproape zece ani.

"Am fost specialist in Computer Aided Desing (n.red-folosirea tehnologiei computerizate pentru a desena obiecte in format bidimensional sau tridimensional). Apoi am devenit responsabil in inginerie informatica pentru o companie care facea proiecte pentru Banca Mondiala si sistemul bancar elvetian."

#### **A pornit de la o sticla de apa minerala**

Ulterior a devenit inginer consultant pentru diverse studii de fezabilitate si in aceasta calitate a calatorit in 1993 in Romania, la Bucuresti, pentru a realiza un studiu de fezabilitate in industria alimentara. Asa a ajuns practic sa identifice oportunitatea de afaceri in domeniul apelor minerale.

"Intr-o zi, cand eram la hotelul Bucuresti, am solicitat sa beau apa minerala si mi s-a oferit o sticla urata de culoarea cafeniu inchis, cu o eticheta stramba si murdara. Totusi contrastul intre ambalaj si gustul apei era foarte mare. Cand am vazut cata imbuteliere se facea la sticle fara brand cunoscut, ca nu existau ambalaje moderne, sistem de distributie si nici cel mai mic element de promovare, mi-am dat seama ca era un vid urias pe piata", isi aminteste Valvis.

Urmandu-si ideea de business, s-a adresat Regiei Autonome a Apelor Minerale (RAMIN- in prezent Societatea Nationala a Apelor Minerale) pentru a obtine o lista a izvoarelor din tara. Apoi a inceput sa le viziteze, colectand din fiecare probe pentru a realiza analize proprii.

"Nu aveam incredere in veridicitatea analizelor fizico-chimice care imi fusesera predate. Cu ajutorul unei analize care a evaluat puritatea si echilibrul apelor, impreuna cu rezultatele unei degustari personale, m-am decis sa intru in afaceri cu Apemin Vatra Dornei", declara el.

In 1993, producatorul de apa minerala Apemin din Vatra Dornei era in proces de privatizare prin metoda MEBO (Management Employee Buy Outs - actiunile erau achizitionate de angajatii companiei).

"Dupa ce procesul de privatizare a fost finalizat si reprezentantii PAS au ascultat programul de dezvoltare si sumele pe care voiam sa le investesc, au fost de acord sa devin asociatul companiei prin intermediul unei majorari de capital social", spune omul de afaceri.

Majorarea de capital consta intr-un aport de 4,2 milioane de dolari pe care noul actionar trebuia sa il aduca in companie. "Din aceasta suma un milion de dolari reprezentau

fonduri proprii, restul sumei urmand a fi acoperit in doi ani prin echipamente noi de productie".

Dorinta lui Valvis era aceea de a crea un brand cunoscut la nivel national, de aceea, in aceeasi zi in care a devenit presedintele si directorul general al producatorului de ape minerale, in luna martie a anului 1994, a schimbat numele companiei in Dorna Apemin.

"Primii pasi pe care i-am facut a fost sa realizam un sistem propriu de distributie pe calea ferata si 15 depozite la nivel national. Am creat brandul Dorna cu etichete si ambalaje proprii dar si un sistem de informatizare a societatii deoarece contabilitatea inca se facea cu creionul", povesteste antreprenorul.

Tot in 1994 a obtinut si primul milion de euro, cu ajutorul unui imprumut de la Banca Comerciala Romana cofinantat de fonduri ale Bancii Mondiale pentru Intreprinderile Mici si Mijlocii. Cu acesti bani Valvis a cumparat "100 de Dacia papuc si un numar important de sticle si navete".

"Ca presedinte al Dorna Apemin m-am dus si i-am explicat presedintelui BCR, Ion Ghica, necesitatea de a investi in industria apelor minerale. Atunci, era o mare sete de capital in piata. El a fost unul dintre cei care m-au inteles si care mi-au sprijinit primii pasi in dezvoltarea afacerilor", spune Jean Valvis.

In 1996, cand a fost finalizata retehnologizarea capacitatii de productie detinuta de Dorna Apemin, actionarii au decis sa construiasca o noua fabrica, in localitatea Floreni, judetul Suceava, in care ulterior a inceput sa fie produsa apa minerala in ambalaj PET.

"Deoarece aveam deja un sistem de distributie pentru apa, iar zona Dornei avea o traditie in productia de lactate, ne-a venit ideea sa facem si o fabrica de lactate UHT(n.red. - ultra high temperature, lapte pasteurizat la temperaturi inalte), fiind primii care au intrat pe acest segment in Romania", spune Valvis. Asa a fost lansat brandul LaDorna, care doar cativa ani mai tarziu a adus omului de afaceri un exit de zeci de milioane de euro.

### **La negocieri cu Coca-Cola, cu brandul Meridor**

In anul 2000, Valvis a inceput insa negocierile pentru primul sau exit cu The Coca-Cola Company. Cu o sticla de Meridor, sortiment de apa minerala cu mar, dezvoltat in cadrul Dorna Apemin, Valvis s-a dus sa discute initial cu Andrew David, fondatorul Coca-Cola Hellenic Bottling Company, unul dintre cei mai mari imbuteliatori ai brandului american la nivel mondial, pentru vanzarea producatorului de apa minerala din Vatra Dornei.

"M-am dus la el si i-am spus: Tu esti cel mai bun imbuteliator, iar eu am cea mai buna apa minerala. Hai sa colaboram", isi aminteste Valvis. Dupa doi ani de negocieri, Valvis a vandut Dorna Apemin catre Coca-Cola pentru aproximativ 40 de milioane de euro.

Coca-Cola a fost pana la urma interesata doar de apa minerala, in timp ce sucul Meridor nu se mai produce.

"In cei doi ani de negocieri, nu a existat niciun moment in care sa ma razgandesc, dar daca nu se perfecta in 2002, nu as fi mers mai departe. Am pus atunci un dead-line, pe care ei l-au acceptat", declara pentru Ziarul Financiar in urma cu cativa ani omul de afaceri, in perioada in care inca detinea una dintre cele mai puternice companii din industria produselor lactate.

La acel moment, desi admitea ca i-a fost greu sa se desparta de primul sau brand, declara ca daca ar avea posibilitatea sa o ia de la capat, ar lua aceeasi decizie din nou.

Cu siguranta, acest fel de a gandi a fost avantajul pe care Valvis l-a avut si atunci cand a negociat cu grupul francez Lactalis si astfel a reusit sa vanda exact inainte de inceperea

crizei afacerea dezvoltata in industria lactatelor la pret dublu fata de cel pe care l-a luat pentru Dorna Apemin, respectiv aproape 80 de milioane de euro.

### **Cele mai inspirate decizii sunt cele care vor veni**

"Cea mai neinspirata decizie pe care am luat-o pana acum a fost in perioada cand trebuia sa creez Dorna Lactate (1997). In acelasi timp inasa, castigasem prin licitatie publica dreptul de a privatiza societatea statului Comaliment. Luand decizia de a fonda Dorna Lactate si pentru a nu fi divizat intre doua afaceri grele am renuntat la Comaliment", spune Valvis.

El crede inasa ca cele mai inspirate decizii vor fi cele viitoare, deoarece a decis sa investeasca in viitorul sau. Valvis a anuntat imediat dupa vanzarea producatorului de lactate Dorna Lactate si a brandului LaDorna ca are in plan dezvoltarea de noi proiecte atat pe segmentul energiei regenerabile, cat si pe cel al cerealelor bio.

Prin intermediul Valvis Holding, principalul segment spre care antreprenorul se orienteaza este energia regenerabila. Valvis a declarat ca intentioneaza sa investeasca 150 de milioane de euro impreuna cu o companie straina, intr-un proiect de productie de energie eoliana, care va fi construit in sudul tarii, cu termen de finalizare in 2010.

Tot in urmatorii doi ani, antreprenorul va lansa si cerealele bio LaDorna. Asa cum a facut si in cazul primului exit, atunci cand a vandut brandul de lactate LaDorna a pastrat dreptul de a folosi in continuare aceasta denumire pentru un alt segment: cel al cerealelor. In prezent, Valvis se preocupa de asigurarea materiei prime pentru acest business, pe cele 7.700 de hectare pe care le detine in concesiune in Bratul Borcea.

"Notiunea de a dezvolta si de a investi nu mai este o notiune tehnica, cu o lipsa de conceptie pentru societatea in care traim. Cred ca si la nivelul nutritiei, cat si la nivelul energiei, o directie ecologica nu mai este o alegere de lux, ci o necesitate pentru aceste forme de dezvoltare echilibrate care pot garanta un viitor", spune Valvis.

El sustine ca nu se mai tolereaza dezvoltarea de dragul de a dezvolta, cu nerespectarea corpului uman sau a mediului inconjurator si ca incepe sa ia forma acest model de intreprinzator care prin initiativa lui garanteaza niste baze sanatoase pentru industria alimentara.

"Am inceput cu lactate bio, iar acum trec la cereale bio si la energia regenerabila pentru ca aceste domenii ne dau mai putina dependenta energetica. Nu vad cum poti fi un bun antreprenor fara a te implica in aceste domenii, fara un vector orientat spre viitor. Capitalismul nu exista daca faci abstractie de om si natura", declara omul de afaceri.

Valvis a demarat de ceva vreme o alta afacere, Viti-Pomicola Samburesti fiind businessul pe care omul de afaceri sustine ca vrea sa il lase mostenire copiilor si din care nu intentioneaza sa faca un exit. Astfel, Chateau Valvis, Domeniile Samburesti si Samburel de Olt ar putea fi singurele branduri dezvoltate de Jean Valvis care nu vor fi obiectul unei tranzactii.

### **Exit-uri de 120 mil. euro**

#### **The Coca-Cola Company - Dorna Apemin**

*Valoarea tranzactiei:* 39 mil. euro

*Cumparatori:* Coca-Cola

*Vanzator:* Dorna Apemin

*Adviseri Dorna Apemin:* Societe Generale Romanian Fund (SGRF)

*Ce s-a vandut:* 94,5% din actiunile Dorna Apemin SA si brandurile White Spring, Poiana Negri si Dorna Ape Minerale

*Durata tranzactiei:* 2000-2002

*Data anuntarii:* august 2002

### **Lactalis - LaDorna**

*Valoarea tranzactiei:* 80 mil. euro (estimata)

*Cumparator:* Lactalis

*Avocati cumparator:* Gide Loyrette Nouel

*Auditor cumparator:* Ernst & Young

*Vanzator:* Jean Valvis

*Avocati vanzator:* D&B David si Baias

*Ce s-a vandut:* LaDorna

*Durata tranzactiei:* ianuarie-aprilie 2008

*Data anuntarii:* aprilie 2008

### **Afacerile pe care le coordoneaza**

*Viti-Pomicola Samburesti*

Este afacerea despre care Jean Valvis spune ca intentioneaza sa o lase mostenire copiilor si din care nu intentioneaza sa faca un exit. Omul de afaceri a cumparat pachetul majoritar de actiuni al Viti-Pomicola Samburesti in 2006, iar anul acesta a lansat primele branduri din aceasta vie: Chateau Valvis, Domeniile Samburesti si Samburel de Olt.

*Valvis Holding*

Imediat dupa ce a vandut LaDorna catre francezii de la Lactalis, Valvis a declarat ca are deja noi proiecte. Principalul segment spre care antreprenorul se orienteaza, prin intermediul Valvis Holding, este energia regenerabila.

*Cereale bio LaDorna*

Asa cum a facut si in cazul primului exit, atunci cand a vandut brandul de lactate LaDorna a pastrat dreptul de a folosi in continuare aceasta denumire pentru un alt segment pe care intentioneaza sa il dezvolte in aproximativ doi ani: cerealele bio. In prezent, Valvis se preocupa de asigurarea materiei prime pentru acest business, pe cele 7.700 de hectare pe care le detine in concesiune in Bratul Borcea.

*ICPPAM Balotesti*

Valvis detine ICPPAM Balotesti din 2004, o platforma menita sa faca parte din proiectul de agricultura ecologica care se afla pe un teren de aproximativ 60 ha in apropiere de Capitala.

### **Ce spune despre**

#### **Ideea de la care a pornit In antreprenoriat**

Cand am vazut cat de multa imbuteliere se facea la sticle fara brand, ca nu exista ambalaj modern, sistem de distributie si nici cel mai mic element de promovare, mi-am dat seama ca era un vid urias pe piata apelor minerale.

#### **Filosofia de business**

Mereu am un partener roman sau mai multi care detin intre 10 si 20% din afacere si pe care ii rasplatesc la final (in momentul exit-ului). Ii fac partenerii mei ca sa simta ca muncesc pentru propria lor firma.

#### **Primele minute ale zilei**

Sunt pentru mine cele mai valoroase, fiindca in tot restul zilei sunt un bun executant a ceea ce gandesc dimineata. Atunci sunt cel mai creativ.

#### **Sedintele de strategie**

Nu mai sunt formale. Acum port discutii cu prieteni, nu mai fac sedinte de strategie.

**Cea mai neinspirata decizie**

Cand trebuia sa creez Dorna Lactate (1997), castigasem prin licitatie publica dreptul de a privatiza societatea statului Comaliment. Luand decizia de a fonda Dorna Lactate si pentru a nu fi divizat intre doua afaceri grele, am renuntat la Comaliment.

**Cea mai inspirata decizie**

Asta istoria va dovedi. Sper sa fie cele viitoare, din moment ce am decis sa investesc in viitorul meu.

**Cel mai valoros activ**

Reputatia Valvis Holding, grupul pe care l-am construit, este cel mai valoros activ al meu, iar produsele premium beneficiaza de toata munca din spate.

**Produse bio**

Nu se mai tolereaza dezvoltarea de dragul de a dezvolta, cu nerespectarea corpului uman sau a mediului inconjurator. Incepe sa ia forma acest model de intreprinzator care prin initiativa lui garanteaza niste baze sanatoase pentru industria alimentara.

<http://www.zf.ro/companii/20-de-ani-de-capitalism-azi-jean-valvis-marketingul-costurile-si-comunicarea-le-am-coordonat-intotdeauna-personal-4472051/>