

ACTUALITATEA

BUSINESS

INVESTITII

SERVICE

SUPLIMENTE

CAPITAL TV

AFACERI MICI

CARIERE

PORTOFOLIUL TAU

CLUB CAPITAL →

TOP CAPITAL →

Publicitate Top 300  
Capital 2006

## Afacere la "scara redusa" cu trenulete electrice

*Articol de Maria Vaschi*

Doi prieteni vechi, cu joburi de oameni mari, au demonstrat ca un hobby comun – trenuletele electrice – poate fi transformat intr-o afacere cu potential.

In vara anului 2002, Cristian Gheorghe si Doru Miu, colegi din scoala primara, vecini, prieteni vechi si cu hobby-uri comune, s-au gandit la o modalitate prin care sa-si rotunjeasca veniturile, astfel incat Craciunul sa-i gaseasca mai prosperi. Si pentru ca tot a venit vorba

de Craciun, si-au amintit de momentele fericite ale copilariei, cand imparteau fratestele aceleasi jucarii: trenuletele Piko. Nu mai stiau nimic despre acest brand si nici daca mai exista fabrica din fosta RDG, unde se producea. S-au decis sa faca "sapaturi" in acest sens, dupa care au contactat compania. Managerul de export al fabricii s-a aratat interesat de demersul lor si de ideea de a testa piata romaneasca. Sau, mai corect, de a reveni pe piata romaneasca.

Initial, cei doi prieteni, care au infiintat firma Sildorom, s-au gandit la o abordare clasica, in sensul ca singurul public-tinta pentru aceste produse ar fi copiii. Ca atare, au importat o multime de seturi de start, pentru incepatori, pe care le-au distribuit in doua cunoscute hipermarketuri din Bucuresti. Au imaginat cateva circuite simple, cu locomotive si vagoane, si au adus de acasa si propriile lor colectii, respectiv jucariile copilariei lor: trenulete care nu mai fusesera atinse de foarte multa vreme, dar care erau inca in buna stare de functionare.

"Am fost placut surprinsi de manifestarile celor mici, insa reactia adultilor, parinti sau chiar bunici, ne-a uimit. Erau oameni care au crescut cu Piko in anii '60, cand brandul a venit in Romania pentru prima oara", povesteste Doru Miu.

Astfel, cei doi asociati aveau sa descopere o lume despre care nici nu stiau ca exista, precum si mai multe categorii de public-tinta: copiii, pentru care trenuletele reprezinta o jucarie creativa; pasionatii de modelism feroviar; colectionarii care cumpara locomotive, trenulete sau garnituri clasificate pe epoci.

### Nise de piata: advertising si design interior

Alte doua categorii de clienti sunt acum in formare in Romania, asadar, se contureaza alte doua nise de piata, cu potential de dezvoltare. Este vorba, in primul rand, de companii care ar putea utiliza produsele ca suport de advertising, respectiv fabrici de ciment, de bere, rafinarii, etc. - in general, companii care folosesc intens serviciile cailor ferate si care pot alege sa-si inscrie numele pe aceste trenulete si vagoane in miniatura.

De asemenea, trenuletele electrice pot fi elemente fascinante de decoratiuni interioare pentru cei care au o locuinta mare sau o casa de vacanta. O diorama, de exemplu – o constructie elaborata care presupune o adevarata scenografie, cu circuite suprapuse, suspendate, cu gari, munti, tunele, poduri, rauri, stalpi de telegraf etc. – amplasata pe un perete intreg, pe terasa sau in curte are un impact mult mai puternic asupra privitorilor decat clasicii pitici de gradina.

In prezent, Cristian Gheorghe si Doru Miu distribuie, in regim de exclusivitate, intreaga gama Piko, respectiv: modele feroviare la scara HO (1:87), cladiri pentru modele feroviare, accesorii si piese de schimb, de la iarba, nisip si pomisori la lipici si vopsele. Produsele aduse de ei se gasesc acum mai putin in magazine, in schimb se vand destul de bine pe internet (www.trennet.ro).

"Vindem de aproximativ 30.000 de RON pe luna, iar cifra de afaceri pe anul trecut a fost de 100.000 de euro, ceea ce nu este mult, dar afacerea este clar

### LOGIN BOX

In fiecare joi primesti revista Capital la tine in inbox. Aboneaza-te de [aici](#). Iata un [model](#) de newsletter.

Utilizator:

Parola:

Login

Inregistrare

Ce avantaje am daca ma inregistrez?

pe un trend ascendent. Am riscat, desi stiam ca in Romania nu exista o piata a produselor de hobby, in general. Tocmai de aceea ne-am gandit sa ne lansam intr-un "business – hobby"... cu hobby. Am fost contactati indeosebi de colectionari si de cei care fac parte din Clubul modelistilor feroviari. Asa ne-am gasit un target nu numai fidel, ci si cunosctor", precizeaza Cristian Gheorghe.

### **Cum sa ai o diorama**

O diorama functionala (cu circuitele si peisajele gata montate) poate fi comandata sau construita individual. Cei mai multi prefera varianta a doua.

Cel care construiește o diorama trebuie sa-si faca un proiect. Exista programe de calculator asistate in acest sens, un fel de cataloage virtuale: planul unui circuit, lista de materiale necesare, bugetul aferent etc.

Conceperea unei diorame presupune imaginatie, dexteritate si rabdare; pana la finalizare, pot trece o luna, zece luni sau chiar ani, in cazul celor care simt permanent nevoia de a adauga elemente noi sau de a schimba peisajele.

### **Cat costa un hobby cu trenulete PIKO**

Un set de start Piko, pentru incepatori, are preturi cuprinse intre 220 si 400 RON, in functie de marime, de numarul de circuite etc.

Diorama, ca suport, este prefabricata si costa aproximativ 1.000 RON, dar pretul difera in functie de dimensiuni. Restul pieselor se cumpara separat.

Circuitele, trenuletele, accesoriile etc. pot ridica pretul final al unei diorame la zeci de mii de RON, in functie de complexitatea acesteia.

Toate vagoanele si locomotivele reproduc modele actuale sau istorice, gama Piko fiind clasificata pe cinci epoci: de la primul tren german, Saxonia (anul 1800), la cele care circula in zilele noastre.

462 vizionari

