



## Proprietarii Fan Courier: In fiecare seara, unul dintre noi ramane in sediu pana cand pleaca ultima masina cu colete

Mirabela Tiron **10.06.2009**

**Cei trei antreprenori romani Felix Patrascanu, Adrian si Neculai Mihai, proprietari ai Fan Courier, una dintre cele mai mari companii de curierat cu capital autohton, spun ca printre efectele benefice ale crizei se numara disparitia de pe piata a firmelor "kamikaze", precum si limitarea fluctuatiei de personal.**

Cei trei antreprenori vorbesc si despre strategia prin care isi vor mentine pozitia pe o piata dominata de intrarea unor giganti precum UPS, Posta Franceza sau cea germana. "Procesele de reorganizare prin care vor trece companiile de curierat locale in urma fuziunii cu operatorii straini reprezinta o oportunitate pentru noi in momentul de fata", a declarat Adrian Mihai, unul dintre cei trei actionari ai Fan Courier.

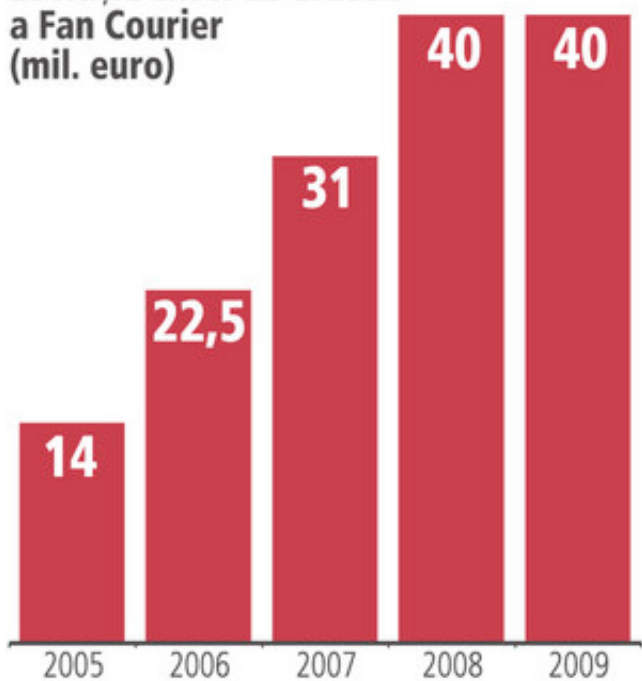
Ideea enuntata de el a fost continuata si de ceilalti doi oameni de afaceri, Felix Patrascanu si Neculai Mihai, care considera ca integrarea operatorilor preluati de multinationale in 2008 necesita o perioada mai lunga de timp, care le da lor castig de cauza.

"In aceasta perioada incercam sa atragem cat mai multi clienti", spune Patrascanu.

Procesele de reorganizare la care se refera actionarii Fan Courier vizeaza in special companiile internationale care au intrat anul trecut in Romania prin achizitii si care se afla in acest moment in faza de fuziune sau de integrare a afacerilor preluate. Astfel, compania Pegasus, preluata anul trecut de o filiala a Postei Franceze, se reorganizeaza in acest an sub brandul DPD, folosit la nivel international de operatorul francez. La fel, gigantul american UPS va integra agentul autorizat Trans Courier Service, preluat tot anul trecut. Si firmele romanesti TCE Logistica si Curiero au fuzionat rezultand o singura entitate juridica. Pe de alta parte DHL, care a preluat anul trecut compania Cargus, nu a anuntat pana in prezent daca va integra firma.

### Prima stagnare

**Evoluția cifrei de afaceri a Fan Courier (mil. euro)**



Sursa: compania

### Pe international nu ne putem bate cu TNT sau DHL

Astfel pe o piata de peste 200 mil. euro, extrem de competitiva, strategia Fan Courier vizeaza consolidarea pe piata interna, care reprezinta mai mult de 90% din totalul veniturilor si mai putin dezvoltarea pe piata internationala. "Nu avem o retea atat de dezvoltata pe international incat sa ne permitem sa intram in conurenta cu TNT sau DHL", a precizat Adrian Mihai.

Mihai a mai adaugat ca exista trei scenarii pe care actionarii le-au luat in calcul pentru anul acesta si pentru care au pregatit anumite masuri. "Scenariul optimist arata o crestere cu 17%-18% a veniturilor, scenariul de mijloc indica mentinerea afacerilor la nivelul din 2008, iar scenariul pesimist arata o scadere cu 5-6% a cifei de afaceri", a explicat el.

In cazul scenariului pesimist, masurile luate

de companie vizeaza restructurari, in momentul de fata fiind peste 2.000 de angajati, din care 1.150 in Bucuresti.

"Primele trei luni ale anului ne arata insa ca suntem aproape de scenariul optimist, cu o crestere cu 16% a cifrei de afaceri", a spus Adrian Mihai. Fan Courier a avut o cifra de afaceri de 9,2 milioane de euro in primul trimestru anul acesta, mai mult cu 16% fata de aceeaasi perioada a anului anterior.

### **Antreprenorii executivi**

Dezvoltarea companiei este asigurata prin implicarea zilnica a celor trei proprietari in acest business, prin ocuparea unor functii de executie. Felix Patrascanu detine functia de managing director, in timp ce Adrian Mihai ocupa pozitia de business development manager, iar Neculai Mihai pe cea de general manager.

"Am construit de la zero aceasta afacere, ne place sa facem curierat si nu ne pare rau ca nu am vandut. In fiecare seara, de cand am infiintat firma in 1998, unul dintre noi ramane in sediu pana cand pleaca ultima masina cu colete. Ne place sa ne implicam in business si sa fim cat mai aproape de el", spune Felix Patrascanu.

Cei trei proprietari sunt si executivi in companie. Ei participa la toate sedintele realizate. "In fiecare zi la ora 11 se face o sedinta operationala cu toti sefi de departamente si de asemenea o sedinta lunar cu toti membrii din top management.

Noi toti suntem si executivi in companie, nu doar proprietari. In vacanta plecam o saptamana vara si una iarna, cate sapte zile de obicei", a spus Patrascanu.

### **Fara bani de la banci**

Cu toate acestea, schimbarea conditiilor din piata a incetinit cresterea businessului.

"Anul trecut cumparam in fiecare luna cate 30 de masini pentru marirea flotei, pana la 1.350 de masini in prezent, si am facut si angajari. Criza ne-a prins insa cu echipa marita, iar volumul coletelor expediate a scazut, ceea ce explica reducerea marjei de profit de la 20% la 17%. Acum nu mai cumparam masini, doar daca este nevoie sa inlocuim unele, si nu mai facem angajari", a spus Patrascanu.

Toti banii investiti in proiectele firmei sunt din fonduri proprii. "Am invatat de acasa ca cel mai bine este sa construiesti ceva cu ceea ce ai deja. De aceea nu ne-am grabit sa luam credite. Cu toate acestea, cred ca pentru urmatoarea investitie, o banda de sortare a coletelor care costa 3,5 milioane de euro, vom apela la o banca din Danemarca", a spus Neculai Mihai.

Printre investitiile pe care le au in derulare proprietarii Fan Courier se numara construirea unei hale pe o suprafata de 6.000 de metri patrati si a unei cladiri de birouri de patru etaje, pe o suprafata de 5.000 mp. Investitia totala in acest proiect se ridica la 8,5 milioane de euro, iar terenul a costat 2,5 milioane de euro.

"Speram ca pana la toamna sa finalizam aceste proiecte de pe terenul total de 30.000 de metri patrati pe soseaua de centura a Capitalei, in apropiere de Stefanesti. Vrem sa mutam masinile care pleaca in tara pentru expedieri colete in aceasta zona, pentru a evita traficul din Bucuresti si pentru a ajunge astfel mai repede la destinatie", a spus Adrian Mihai. Totodata, in acest an compania a continuat investitiile in IT, cumparand un soft care le permite clientilor sa isi urmareasca coletele. In total investitiile in PDA-uri si in sistemul IT s-au ridicat la circa doua milioane de euro.

Compania expediază in medie cate 20.000 de plicuri si 30.000 de colete, catre clientii de pe piata business to business.

### **Profita de tarifele mai mici pentru a se promova**

Proprietarii Fan Courier spun ca desi a scazut profitul companiei, aceasta criza economica a venit intr-un moment bun pentru piata de curierat.

"In primul rand pentru ca erau foarte multe firme mici 'kamikaze' pe piata. Practicau preturi reduse, sub nivelul costurilor, ceea ce se reflecta in piata. Acum au disparut. In al doilea rand, pentru ca nu gaseam oamenii potriviti, iar gradul de migratie era foarte mare. Acum nu mai avem aceste probleme", spune Patrascanu, adaugand ca investitiile in traininguri ajung la 300.000 de euro. In plus, aceste conditii din piata dau posibilitatea promovarii cu bugete mai reduse.

"Avem un buget de 500.000 de euro alocat pentru promovare, iar de aceasta activitate se ocupa

o agentie specializata. De anul acesta am lansat si un spot tv, avand in vedere ca s-au facut reduceri in acest mediu de promovare", afirma Adrian Mihai.