

## **Jidvei, un concept în drumul spre cucerirea unor noi teritorii**

02 Dec 2019 | de Alina Dragomir



[1]



[2]



[3]

Deși poartă numele unuia dintre cei mai mari jucători din piața vinurilor, magazinele Jidvei au în spate un antreprenor tânăr și determinat, care a vrut să ducă businessul familiei la un alt nivel. Iar acum, la mai bine de doi ani de la inaugurarea primului magazin, direcțiile de viitor sunt și mai clare: cucerirea Capitalei cu acest concept construit în jurul vinurilor și, de ce nu, extinderea la nivel național printr-un program de franciză.

Inaugurarea unui magazin modern și prietenos, care să pună vinul familiei la loc de cinste - acesta a fost visul lui Ionuț Iorga, un tânăr care și-a petrecut toată copilăria în podgoriile de vin din zona Odobești. Și chiar dacă vorbim despre un pariu de 25.000 de euro, el nu regretă niciun moment această decizie, ba chiar din contră. „Familia mea deține 47 de hectare de vie în zona Odobești. Nu reprezintă o suprafață mare, așa că facem parte din categoria micilor producători care își fac loc pe lângă giganții din industria de profil. Am vrut să mă implic și eu în businessul familiei, însă am ales partea de vânzări, și nu producția”, povestește antreprenorul din spatele magazinelor Jidvei.

Iar în mintea sa, cea mai simplă metodă prin care putea să genereze vânzări mai mari era dezvoltarea unor magazine proprii. „Am inaugurat primul magazin acum opt ani, în Piața Progresul din București, lângă cartierul Ferentari. Apoi am deschis o unitate în piața Drumul Taberei și în zona Ștefan cel Mare. Sunt magazine de cartier, unde vindem doar vin la vrac și care targetează clienții cu venituri mici și foarte mici. Într-un limbaj mai colorat, aș spune că sunt magazine pentru tot omul. Și chiar îmi amintesc că tatăl meu a fost surprins când, la finalul facultății, i-am spus că avem deja două magazine în București”, spune Ionuț.

## **Noua generație de magazine**

Chiar dacă vânzările au mers bine, cu timpul antreprenorul a simțit nevoia de a da o nouă față businessului și de a-l duce într-o zonă premium. Astfel că, în momentul în care a apărut oportunitatea de a închiria un spațiu în hala nouă a Pieței Obor, Ionuț nu a stat prea mult pe gânduri și a preluat spațiul. „Ca un prim pas firesc, am început să caut idei despre cum să arate magazinul și apoi, după ce am avut o idee, în secunda doi am sunat un constructor. Prima întrebare a fost dacă am proiectul făcut. Așa am ajuns la arhitect, în trei zile am avut randarea și mi-a plăcut atât de mult conceptul propus încât am demarat lucrările”, precizează Ionuț Iorga.

Investiția în amenajarea spațiului de 55 de metri pătrați s-a ridicat la 25.000 de euro, mult peste așteptările sale, însă Ionuț spune că rezultatul final “a meritat banii”. O combinație între stilul nordic și cel industrial, magazinul este un spațiu primitiv care scoate în evidență fiecare sticlă de vin. În plus, locația include și o zonă de bar, dar și un corner pentru vinurile vrac. „Noi nu avem licență pentru îmbuteliere, astfel că încă de la început am gândit o zonă dedicată sortimentelor vrac. În plus, acestea reprezintă și un element de diferențiere pentru că vinurile îmbuteliate pot fi achiziționate dintr-o mulțime de locații, indiferent că vorbim despre spații fizice sau magazine online”, punctează antreprenorul.

În ceea ce privește sortimentarea, în primă fază proprietarul magazinelor Jidvei a lucrat cu mai mulți producători, însă treptat a ajuns la concluzia că este mai bine să fii selectiv pentru că „așa reușești să ai continuitate și să generezi rulaje mai mari”. Astfel, clienții au la dispoziție peste 200 de SKU-uri îmbuteliate, iar aici principalul furnizor este Jidvei. „Am ajuns să avem un parteneriat cu cei de la Jidvei, de aici și numele magazinului. Însă pe lângă Jidvei, mai lucrăm și cu Crama Averești și cu Vinarte - producători cu o poziționare foarte bună pe segmentul vinurilor roșii. Evit să lucrăm cu cramele mici pentru că de multe ori acestea nu reușesc să aibă constantă la capitolul calitate. Iar pe segmentul vracurilor, noi avem 14 sortimente în portofoliu, pe care le și îmbuteliem, dar sub licența altui producător”, explică Ionuț Iorga.

## **Planurile pe termen lung**

Chiar dacă antreprenorul a vânat o perioadă lungă de timp spațiul din Hala Obor – una dintre cele mai mari piețe din Capitală, așteptarea a meritat pentru că, fără doar și poate, vorbim despre o locație cu un vad comercial foarte bun. Astfel, magazinul a ajuns până în prezent la 200-250 de clienți pe zi, media fluctuând în funcție de zilele săptămânii. Cât despre vânzările înregistrate, media lunară este de aproximativ 90.000 de lei. „Sunt oarecum mulțumit de nivelul pe care l-am atins, însă am ajuns la acest prag cu un efort destul de mare pentru că vinurile vărsate generează cea mai mare parte din vânzări - atât volumic, cât și valoric. Spre exemplu, luna trecută am vândut 1.800 de pahare de vin Riesling, iar pe locul al doilea în topul vânzărilor se află Feteasca Regală”, susține Ionuț.

Cât despre planurile pe termen lung, antreprenorul vrea să dezvolte un

lanț de magazine în parteneriat cu producătorul Jidvei, iar primul pas în acest sens a fost făcut deja: în această vară a fost inaugurată cea de-a doua locație Jidvei, în galeria hypermarketului Cora Lujerului. „Vreau să dezvolt businessul, însă sunt adeptul creșterii sănătoase. Nu vreau să forțez lucrurile pentru că riscurile sunt direct proporționale. Și în toată această ecuație mă axez foarte mult pe angajații companiei. În magazinul din galeria Cora startul a fost puțin mai greu, dar vorbim despre o zonă foarte aglomerată, așa că potențial există”, spune Ionuț.

După ce se va stabiliza și acest magazin, despre care antreprenorul spune că ar trebui să ajungă la break-even până la finalul anului, rețeaua va lua în calcul și extinderea în afara Bucureștiului. „Pentru expansiune, un alt oraș pe care îl targetez este Cluj-Napoca. Cred că acesta are un potențial mare și aș vrea să bifez aici 3-4 magazine. Într-un viitor îndepărtat, după ce voi pune franciza pe picioare, aș vrea să mă concentrez pe producția de vin”, conchide tânărul antreprenor.

## Articole Asemănătoare

**Source URL:** <https://revistaprogresiv.ro/articole/jidvei-un-concept-drumul-spre-cucerirea-unor-noi-teritorii>

### Legături

[1] [https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/jidvei-dscf2905\\_002.jpg](https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/jidvei-dscf2905_002.jpg)

[2] [https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/jidvei-dscf2960\\_002.jpg](https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/jidvei-dscf2960_002.jpg)

[3] [https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/jidvei-dscf2996\\_002.jpg](https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/jidvei-dscf2996_002.jpg)