

ФИРМА ДИС ИЗ ИВАЊИЦЕ ПРОИЗВОДИ ЕКСКЛУЗИВНЕ КОШУЉЕ

Две сестре створиле бренд „Роберто Бареси“

Драгана и Ивана покренуле су пре четири године у Ивањици производњу кошуља и осмислиле бренд са италијанским именом. Прошле године су оствариле раст промета од 20 одсто. Њихове кошуље се продају у четири локала у Београду, а започеле су и извоз у Јапан

Када се помене име бренда „Роберто Бареси“, већина би прво помислила да је реч о италијанском производу. Већа са Италијом постоји, али је, у овом случају, реч о бренду домаће компаније ДИС Експорт-Импорт из Ивањице. Сам назив и концепт бренда „Роберто Бареси“ осмислиле су младе предузетнице Драгана Милановић, која је као студент италијанског језика много времена проводила у Италији и у чију се моду заљубила, и њена сестра Ивана Бугарчић.

Иако су веома младе Драгана (31) и Ивана (34) нису тек тако ушле у предузетничке воде. Њихов отац, Драган Милановић, иначе бивши радник великог текстилног предузећа Јавор из Ивањице, још 1990. године је основао фирму ДИС Експорт-Импорт у свом родном граду, назвавши је по почетним словима имена својих кћерки – Драгане, Иване и Снежане. Фирма је годинама радила услужно шивење за познате робне марке, углавном италијанске – Кавали, Роберта Скарпа, Ла Мартина. Када се услужно шивење из Србије преселило на неке друге „меридијане“ почели су да производе под сопственим брендом – „Роберто Бареси“.

Данас целокупно пословање воде Драгана Милановић и њена сестра Ивана Бугарчић. За развој самог производа задужена је Драгана, док је

Кравата, хаљина и још понешто

Иако су производња и продаја кошуља основни програм „Роберто Бареси“ бренда, уз њих се сезонски нуде и други производи попут кравата, хаљина, панталона, џемпера. Годишње представе по две колекције, али је у понуди увек и „основна“ колекција која се налази у радњама током целе године.



Драгана и Ивана ове године планирају интензивнији извоз јер верују да имају производ за најзахтевнија тржишта

Ивана преузела обавезе у вези са администрацијом, финансијама, маркетингом и запосленима. Отац највише помаже саветима и надгледањем производње у Ивањици, у чему има богато искуство.

Њихове кошуље продају се у четири радње у Београду. Запошљавају 19 радника а прошле године су оствариле промет од 30 милиона динара и постигле раст од двадесет посто у односу на 2016. годину.

„Инфициране“ предузетништвом

– Када растете уз приватни посао својих родитеља, можда вам је пут и предодређен, иако су се родитељи надали да ћемо сестра и ја радити неке „мирније“ послове. Зато отац није био много одушевљен када сам му изнела своју идеју, јер бити предузетник није лако. Приватни посао захтева много времена, давања и одрицања, послу мораш да се предаш 200 посто. Све испод тога неће довести до успеха. Радно време не постоји и када одеш кући и даље размишљаш о послу. Када водите сопствени бизнис, ви сте емотивни везани за све што радите. Сваки успех вам је још дражи, сваки неуспех још више боли. Ја сам, међутим, много заволела посао којим се отац бавио и није било начина да ме одговори – објашњава Драгана како је на њу утицало то што је из предузетничке породице.

– Недавно сам причала са оцем и подсетила се како је сестри и мени, када смо биле мале, сметало то што кад год кренемо са оцем, имамо бар десетак успутних станица, док не стигнемо до одређеног. Наравно, због његових пословних обавеза и обилазака клијентата. У међувремену сам постала иста као отац и сваки мој дан је врло дина-



Сваку нашу кошуљу преконтролише људска рука, а дугмета се ушивају ручно

мичан са бројним „станицама“ – каже са осмехом Драгана.

Ивана је одувек била ослонац сестри у пословању, све одлуке су доносили заједно, али се фирми званично прикључила крајем прошле године. Пре тога, више од једне деценије радила је у великим корпорацијама. Она такође истиче да је одрастање уз предузетника на њу много утицало.

– Мој сан никада није био да радим у великим корпорацијама, али су се указале неке прилике које ипак нисам желела да испустим – каже она.

Радећи на различитим позицијама стекла је искуство које јој данас користи у вођењу приватног посла.

– Стекла сам велико искуство, нарочито у погледу уређења пословања, што данас могу да применим у нашем пословању. Научила сам да је организација, како сопственог времена, тако и пословања, кључна за сваки посао. Сваки мој

наредни дан је пажљиво испланиран да бих ефикасно завршила све обавезе – каже Ивана.

Запослени - вредни и лојални

Колико год да је напорно и тешко у приватном послу, тренутну позицију, како каже, не би мењала за претходну.

– Предивно је када ствараш нешто своје, стојиш иза тога, а уједно је и велики изазов и одговорност и према клијентима, а посебно према запосленима – каже Ивана.

Са радном снагом немају проблема јер је некадашњи Јавор запошљавао хиљаде људи који су његовом пропашћу остали без посла. Ивањички крај је захваљан у том смислу.

– Без свих тих људи, било у производњи или продаји, ништа од овога не би постојало без обзира на то колико смо нас две вредне или паметне. Наши запослени



Кошуље „Роберто Бареси“ производе се од најфинијих италијанских материјала



Ивана: Користимо немачко лепљиво платно, италијански конач и дугмиће

су наше богатство. Можда имамо и срећу да пронађемо људе који су вредни и лојални, па чак и спремни да преузму део одговорности. Кључ у том односу је и да послодавац буде фер према запосленима. Са нама увек могу да разговарају и да се договоре о свему – каже Ивана.

Зашто баш кошуље

Када је било потребно направити потпуни заокрет у пословању те 2014. године, анализирајући тржиште у Србији, Драгана је схватила да у понуди недостаје добрих и квалитетних пословних кошуља.

– То је била наша идеја водиља – каже она.

А знали су да их произведу јер су од Италијана научили све. Радећи годинама за њих, сарађивали су са контролорима највећих италијанских брендова код којих није било простора за грешку, па су, на тај начин, практично и „испекли занат“.

– Србија има добро текстилно наслеђе, односно, имамо драгоцену традицију у текстилној индустрији, што не треба да запоставимо тек тако. Фирме из старе Југославије су „облачиле“ читав свет – каже Драгана.

Изабрала је италијанско име за своје кошуље јер су целу причу, како каже, изградили управу на вези са Италијом и на италијанском квалитету тканина.

– Желели смо да име буде интернационално јер желимо да се проширимо и ван граница Србије. Осим тога, тканине набављамо искључиво од италијанских ком-

панија Tessitura Monti, Cottonificio Albini, Grandi e Rubinelli, што је сигурно најбољи избор с обзиром на то да је њихова индустрија производње материјала за кошуље убедљиво најбоља на свету – истиче она.

Српско тржиште се, како каже, отвара за брендове као што је „Роберто Бареси“, где је пресудан квалитет.

– Наши клијенти су људи који знају да препознају вредност и желе да носе добру кошуљу. Они купују квалитет. Људи све више воле да се добро обуку и мислим да су се заситили лоших одевних предмета и да се враћају логици „да купим мање, али да ми траје“. Примера ради, свака наша кошуља на један центиметар има седам убода игле, а кошуље нижег квалитета обично имају четири или пет. Користимо немачко лепљиво платно, италијански конач и дугмиће, нешто најбоље што можемо да набавимо. Осим тога, наша предност је и што можемо да станемо иза сваког комада који произведемо јер све лично надгледамо. Много је велика разлика између серијске производње и мале производње каква је наша – сваку нашу кошуљу преконтролише „људска рука“, чиме се додаје вредност производу – објашњава Драгана чиме се све издваја њихов производ на тржишту.

Својим клијентима су за нешто вишу цену спремни да израде и кошуљу

Маркетинг на друштвеним мрежама

Будући да су и Драгана и Ивана завршиле мастер студије из односа са јавношћу, маркетинг су водиле саме, користећи друштвене мреже као што су Фејсбук, Инстаграм, ЛинкДин.

– На самом почетку смо организовали једно професионално фотографисање са манекенима. Нисмо се оглашавали у часописима, јер није било потребе. „Канал препоруке“ можда јесте невидљив, али је његов значај за нас био немерљив – наглашава Драгана.

Иначе, Драгана је завршила Филолошки факултет, а затим мастер студије на Факултету организационих наука како би добила и „теоријску“ потпору за будуће пословне подухвате. Ивана је студирала међународно пословање на Мегатренду, а мастер је такође завршила на Факултету организационих наука.

– У овом делу пословања, али и по неким другим питањима волим да се консултујем са својим супругом који ми такође помаже у осмишљавању одређених идеја – каже Ивана.



Драгана: Велика је разлика између серијске производње и мале, каква је наша

по мери. А осим памучних кошуља за мушкарце и жене, развијају и линију свилених блуза које су украшене италијанским мадреперла дугмићима са Сваровски кристалима. Дугмад ручно ушивају на сваки појединачни комад.

За четири године - четири радње

– Већина људи није упозната са предностима свих тих детаља, али ми их уједно и едукујемо, а они нас затим препоручују даље – објашњава Драгана Милановић и додаје да им „low cost“ брендови нису конкуренција јер немају исту циљну групу.

Њихови потрошачи су углавном мушкарци и жене од 30 до 50 година, пословна заједница или пак људи који купују за посебне прилике. У прилог томе да у Србији има довољно купаца оваквог производа говори, како каже, и ширење њихове малопродаје. За четири године отвориле су четири радње, у београдском насељу Белвил, у ТЦ Еуроцентар у Македонској, у Крунској улици на Врачару, а последњу у тржном центру Стадион. У овој години планирају да отворе још једну радњу. Истина, данас се модни брендови најчешће одлучују за отварање радњи у пешачким зонама или пак тржним центрима, али је њихов пут био другачији, пре свега због финансија.

– Када смо лансирали бренд „Роберто Бареси“, практично смо почели од нуле. Машине смо имали, али све остало смо финансирали сопственим капиталом који је био скроман. У таквој си-

туацији, одлучили смо да новац, уместо у најпрометније локације, уложимо у квалитетне тканине. Наш пут до потрошача није био ни лак ни брз, али је био квалитетан. Нисмо се покајали због такве одлуке. Са клијентима врло брзо развијемо пријатељски однос јер већина постану наши стални потрошачи – истиче Драгана.

Пословање у тржном центру, како каже, има и предности и мане. Трошкови су далеко већи, али када је лоше време онда људи долазе у тржне центре у којима је и лакше за паркирање.

– Мислим да сваки модни бренд, пре или касније, мора да отвори радњу у тржном центру да га конкуренција не би прегазила – каже Драгана.

Ивана се слаже са том констатацијом али додаје да су њихови купци у великој мери људи који наменски долазе у радње.

– Наравно да смо уласком у тржни центар добили нове купце – каже Ивана.

У погледу нелојалне конкуренције и сивог тржишта, држава је, према речима Драгане Милановић, последњих година предузела значајне кораке.

– И на основу сопственог искуства видимо да су инспекције честе. Можда још увек поједини послују нелегално, али мислим да је тога све мање – каже она и додаје да је исправна одлука државе да стимулише предузетништво јер је, гледајући сопствено окружење, сведок да се све више младих одлучује да покрену своје бизнисе.

У међувремену, почели су да им се јављају и корпоративни клијенти који углавном траже да им се произведу квалитетне униформе.

– Већина корпоративних клијената је сама дошла до нас, што нам је веома дра-



Производња је смештена у Ивањици, док је главна продаја у Београду

го јер је то још један доказ да смо на правом путу. Тај сегмент пословања постаје све значајнији за нас и ми сами постављамо веће циљеве у том делу. Сваке године број клијената расте и трудићемо се да тако и остане. Међу њима су банке, стране фирме, озбиљних корпорација, али и наше компаније. Радили смо за НИС, Теленор, Ерсте банку – каже Драгана.

– Занимљиво је да уколико неке фирме немају довољан буџет за униформе, радници сами доплаћују да би носили наше кошуље – додаје Ивана.

Залет за инострану тржишта

За наредну годину поставили су амбициозан циљ – раст 20 одсто продаје. Осим тога, интензивније ће радити на извозу кошуља. Прва испорука за иностранство је већ отишла и то ни мање

ни више него за Јапан. Наиме, људи по реклом из Србије су покренули онлајн продају „Роберто Бареси“ кошуља у Земљи излазећег сунца.

– Мислим да, захваљујући нашој сарадњи са највећим италијанским фирмама за тканине, али и доброј изради кошуља, без проблема можемо да изађемо на „западна“ тржишта. Поседујемо квалитет који може да задовољи најзахтевније потрошаче и верујемо да ћемо у наредним годинама успети у намерама да извозимо на страна тржишта – каже Драгана.

Иако је отац желео за њих нешто другачији пословни пут, данас је, како кажу, поносан на њих.

– Он одлично познаје наш карактер и знао је да смо упорне и истрајне у својим намерама – каже Драгана Милановић.

Весна Лапчић



Свака кошуља „Роберто Бареси“ на један центиметар има седам убода игле, што је знак високог квалитета