

„S-a prăbușit lumea peste mine“

Nu gândul la îmbogățire l-a pus în mișcare pe cel uns azi cu titlul, special pentru el inventat, de „rege al Centrului Vechi“; arareori cei care pornesc pe cont propriu își pun în cap să se îmbogățească. Mulți vor pur și simplu să trăiască; să trăiască „bine“, „decent“, „îndestulat“ – cam astea ar fi adjectivele care gravitează în jurul primilor ani de antreprenariat.

Motivația ultimă a lui Dragoș Petrescu vine, totuși, din alt strat al piramidei lui Maslow – al doilea. Stratul securității personale, care i s-a sfărâmat când el avea 13 ani. Ca să nu lungim povestea, părinții lui au divorțat atunci. Iar el a hotărât, cu mintea lui de preadolescent, să nu mai trăiască niciodată acel sentiment de insecuritate, de lipsă de control asupra propriei vieți. „Atunci am fost șocat, s-a prăbușit lumea peste mine“, își amintește. „M-am simțit foarte nesigur pe viața mea și pe viitorul meu și impactul a fost atât de serios încât bănuiesc că, fără să conștientizez atunci, mi-a creat o motivație de a supraviețui care cred că s-a transformat, apoi, în dorința de a reuși.“ A înțeles de fapt, la 13 ani, că viața fiecăruia e atârnată de a altora – „și că tu ești de foarte multe ori în situația de a nu putea influența, prin puterea ta, ce se întâmplă în viața ta“.

Spaimele de preadolescent s-au domolit așa cum se domolesc, de obicei, toate spaimele: formulezi soluții personale, iei hotărâri – uneori radicale –, te focalizezi, tragi, împingi, reușești, cazi, încerci din nou. În cazul lui Dragoș Petrescu, soluția s-a materializat în „această dorință puternică de a face singur tot“. Să nu depinzi de nimeni. Să fii ne-dependent. Să fii stăpânul vieții tale.

„Tot“ se traducea, atunci, prin două lucruri: independență financiară și independență de decizie. Le-a dobândit pe amândouă „undeva, pe la 17-18 ani: de atunci nu am mai depins de nimeni, niciodată“.

Decembrie 1989 l-a prins în armată. Terminase Liceul de Informatică la București, intrase la Politehnică și-și făcea milităria cu termen redus la o unitate de tancuri din Lipova, lângă Arad. Încă nu apucase să afle cum e să mergi cu tancul – „intrașem în tancuri, dar doar așa... doar le curățam cu motorină“. Prima șansă s-a ivit în zilele revoluției, când s-a dat alarma și au primit ordin să se îndrepte, cu toată artileria, spre Arad.

Dar n-a fost să fie. Tancul lui n-a pornit, așa că a rămas în unitate. Trei luni mai târziu, la sfârșit de martie '90, a fost eliberat. Pornea în viață curat, fără să fi fost parte din vreun joc dictat de alții care să-i fi modelat gândirea sau să-i fi limitat opțiunile. N-avea un job din care să-și dea demisia. N-avea familie de întreținut. N-avea bani, n-avea pile, n-avea o meserie. N-avea de fapt nimic special, în afară poate de înțelepciunea aceea prematur dobândită a copiilor care și-au văzut părinții despărțindu-se.

O vacanță cam mare

Era deci aprilie '90, terminase armata, iar școala – intrase la Transporturi – începea abia în septembrie. Dacă ar fi avut toate cuvintele la el, ar fi descris acea perioadă drept prima „oportunitate antreprenorială“ din viața lui (o istorie a antreprenoriatului românesc ar trebui neapărat să includă, într-o anexă, și lista cuvintelor care, deși figurau în dicționarele comuniste, n-aveau niciun sens – sau aveau sensuri peiorative).

Pe scurt, evenimentele din decembrie îi așternuseră în față „o vacanță cam mare“ – mai era aproape jumătate de an până când începea facultatea. Și-a zis să-și caute ceva de muncă. „Să fac un ban de mare“ – asta era proiectul lui în primăvara lui '90, o epocă pătimașă, gălăgioasă, sfâșiată de durerile facerii primei scene politice libere de după război. Dezbateră publică era

înfierbântată, radicală și se tranșa rapid – puteai fi pro-FSN, anti-FSN, și nimic altceva. Strada fierbea, în Piața Universității începuse, la sfârșit de aprilie, ceea ce avea să devină cea mai îndelungată manifestație de protest din istorie (55 de zile), iar intensitatea aceluia ethos al schimbării era alimentată de fix trei izvoare de informație: ce auzai la TVR, ce auzai la radio și mai ales ce citeai în ziare – singurele media, pe atunci, care pe de o parte se înmulțiseră, iar de cealaltă își luaseră libertatea de a fi pro sau contra puterii politice provizorii. (Nu, Internet încă nu aveam.)

Ziarele se vindeau în draci în toată țara, iar din sutele de mii de exemplare de „Adevărul“, „România liberă“, „Tineretul Liber“ și „Dimineața“ care se cumpărau zilnic, 500 le vindea Dragoș Petrescu – la atât avea dreptul în fiecare zi. Se trezea la 4 dimineața, lua ziarele frumos din tipografie, cu acte în regulă, și până la prânz făcea o grămadă de bani, pe care duminica îi spârgea în târguri pe blugi Pyramid, tricouri, ochelari de soare, banane și alte bunătăți cu aură de mărfuri de contrabandă.

Nu era totuși mare ispravă, s-a gândit el la un moment dat, să cheltuiești duminica ce câștigi în tot restul săptămânii. Pasul cel mai la îndemână a fost să schimbe statutul de plătitor la tarabă cu unul de încasator. Mutarea dintr-o parte a teighelei în cealaltă a deschis prima etapă din istoria de antreprenor a lui Dragoș Petrescu – o etapă lungă, crucială în formarea lui, o etapă deopotrivă grea și frumoasă. Glasul i se înmoaie de emoție.

„Avem di tăti“

Mintea abia ieșită de sub comunism a văzut în tarabă cea mai simplă și mai plauzibilă formă de capitalism. Trotuarele și piețele României au fost inundate în epocă, pe cale de

consecință, de un fluviu de fleacuri multicolore care întru-chipau bunăstarea occidentală – săpunuri Fa și Rexona, țigări străine, jucărioare, deodorante, brichete translucide, blugi Pyramid, acadele, tricouri „cu imprimeu“, ceasuri de plastic, gumă de mestecat cu surprize, baterii, pixuri Bic, podoabe lucitoare și câte alte lucruri după care oamenii tânjiseră atâta. Modelul de business era simplu: cumperi cu un preț și vindeai un pic mai scump; oricine putea pricepe asta. Taraba – fosta „bișniță“ intrată, iată, în legalitate – nu cerea cine știe ce capital de pornire și, în plus, riscul era rezonabil chiar și pentru o țară legănată decenii întregi în modelul onorabilității „serviciului sigur“, din care să poți ieși la pensie.

Era ceva mai complicat decât să vinzi ziare, dar măcar se chema că ai businessul tău. Ca mai toți tarabagiii, Dragoș Petrescu lua marfă de unde putea, o înșira pe metrul pătrat al mesei sale de beton și se punea la vânzătoare de clienți. Viața de tarabagiu se scurgea și atunci, și azi, între câteva coordonate simple. Stătea zi-lumină în stradă, pe scăunelul tău, și te uitai la trecători – câțiva deveneau cumpărători, cei mai mulți, nu. Purtați grija a sute de mărunțișuri, pe care le reordonai obsesiv în dreptunghiul de masă pe care-l aveai sub ochi. Fidelitatea cumpărătorului nu prea aveai cum s-o construiești – clientul de tarabă e o specie nestatornică și impulsivă, scoate banii din buzunar acolo unde vede ceva ce-i atrage atenția sau când îl lovește nevoia de gumă de mestecat, țigări sau cine-știe-ce fleac. Cum poți convinge un trecător neatent să cumpere de la tine? Cu un preț mic, cu o marfă pe care n-o găsește în altă parte sau cu un zâmbet și o vorbă bună. Cam asta-i toată filozofia.

Taraba pe care și-a făcut-o în toamna lui '90 a fost prima școală de business a lui Dragoș Petrescu, făcută în paralel cu facultatea, despre care își amintește că „a fost crâncenă, cu orele alea de desen și de matematică... crâncenă“. Măcar de-ar