

**- Domnule președinte, în primul rând, felicitări pentru alegerea în funcția de lider al FPTR. Ce reprezintă pentru dumneavoastră această nouă responsabilitate?**

- Înainte de orice altceva, alegerea mea în fruntea FPTR este o deosebită cinste și sigur ca sunt foarte onorat de opțiunea colegilor mei din patronatele tu-ristice. Este, desigur, o responsabilitate și o provocare pentru că, după ce aproape 20 de ani am muncit, cum se spune, pentru mine, pentru familia mea și pentru companii, acum a venit momentul -și odată cu el obligația- de a mă pune în slujba celor care sunt un pic mai în urmă și cărora noi, cei din față, se cuvine să le oferim ajutorul și experiența noastră. Or, eu însumi sunt exemplul fostului mic patron care a pornit de la zero, parcurgând toate etapele necesare și obligatorii tuturor celor care vor și trebuie să înțeleagă exact ce înseamnă să fii patron, pentru a putea ajunge unul de succes. Revenind la FPTR, trebuie să remarc din capul locului că înființarea acestei asociații după '90 a fost o cultură nouă pentru noi toți și fără îndoială binevenită, pentru că încet-încet am învățat că trebuie să ne înțelegem între noi, pentru a putea susține în comun obiectivele care ne privesc în mod egal pe toți sau, cum spun americanii, fixarea scopului comun, a punctului stabilit, presupune să urmărești acel punct și să faci totul pentru a ajunge la el. Or, noi omitem adesea tocmai punctul-țintă, pierzându-ne pe drum în amănunte nesemnificative!

**- Frumos spus și foarte corect, dar nu aș trece prea repede peste experiența "fostului mic patron" Mohammad Murad, cum elegant ați spus. Care a fost, de fapt, parcursul dumneavoastră românesc?**

- Practic, am început afacerile acum 19

ani, cu Springtime-ul din Piața Victoriei, care a fost primul fast food deschis în România. Sigur că pentru mine era un lucru nou. Până atunci, după absolvirea Facultății de Medicină din București, am lucrat ca medic la Spitalul Colentina un an și mai bine. Veniturile erau mici, trebuia să găsesc soluții, am încercat întâi o combinație între munca din spital și mediul privat, după care a trebuit să renunț la profesia de bază. Atunci, în '92, era imposibil să te exprimi ca medic în mediul privat, către care m-aș fi îndreptat. Așa că, venind din Liban, țară cunoscută și recunoscută pentru serviciile de calitate, foarte diversificate și bine puse la punct, inclusiv sau mai ales în sfera turismului, am optat pentru ideea unei rețele de fast food-uri...

**- Iar în paralel ați obținut și cetățenia română ...**

- Așa este și a fost chiar în același an, când m-am numărat printre primii onorați de primirea cetățeniei! Cred că eram doar vreo 10-15 străini în sala aceea în care ministrul justiției de atunci, domnul Mircea Ionescu Quintus, și-a început discursul către noi nu cu un cuvânt, ci cu o lacrimă în colțul ochilor, ceea ce m-a impresionat puternic, ca dovadă că păstrezi în me-morie momentul acela. Domnul Quintus ne spunea că în vreme ce mulți români se grăbeau atunci să plece din țară, noi, care eram medici sau ingineri, pregătiți în facultățile de aici, ne doream să devenim și cetățeni ai României, să trăim și să muncim aici...

**- ...Și să vă întemeiați familia**

- Corect! Am o familie frumoasă, împlinită, cu două fete care studiază, firește, în școlile românești...

**- Cum ați trecut de la Springtime, în sectorul hotelier?**

- Primul pas a venit în 1997-98, când demarase puternic procesul de privatizare. Am intrat în licitația pentru societatea Perla-Majestic din Mamaia, care deținea hotelurile Perla, Select și Majestic. Am câștigat în fața altor trei competitori, după lungi discuții am încheiat și contractul, iar în 1998 am demarat prima investiție importantă de pe Litoralul românesc, care a fost cea de la Majestic. Am refăcut efectiv întregul hotel, de la nivelul structurii, cu o sumă care a depășit bine 3 milioane de dolari. Investiția mi-a adus însă și un foarte mare success, pentru că, în paralel cu refacerea și modernizarea hotelului, învățasem și cheia reușitei în turism, care este una extrem de simplă: oriunde te-ai afla, în sectorul turistic, dacă vrei să reușești, trebuie să te pui în pielea turistului, să gândești ca el, să vrei ce vrea el! Până la urmă, deci, putem spune că e nevoie chiar de o implicare morală a veritabilului om de turism! Și încă un lucru important: degeaba faci un hotel frumos și confortabil, degeaba amenajezi și o grădina frumoasă în jurul lui; nu hotelul se vinde vreodată, ci se vinde țara în care se află acel hotel...

**- Frumos și adevărat, ceea ce înseamnă că pledați pentru importanța decisivă a brandului de țară**

- Categorie, iar promovarea puternică a acestui brand trebuie făcută mai ales afară, cu predilecție în țările din care consideri că poți atrage turiștii interesați de oferta românească

**- Cum vedeți colaborarea FPTR cu celelalte organizații de profil?**

- Am spus-o de mai multe ori și o repet: cu toții suntem încă... pe băncile facultății în materie de turism, cu toții mai avem destul de învățat, drept care încercăm să creăm împreună cadrul optim de

