



Nr. 13, decembrie 2023

clubantreprenor.ro

REVISTĂ DE EDUCAȚIE, CULTURĂ ȘI ACȚIUNE ANTREPRENORIALĂ

Interviu cu

Dr. Marlena Pascu,

Administrator și Director medical al clinicii NutriLife

**CENTRUL MEDICAL NUTRILIFE CONTRIBUIE
LA EDUCAȚIA MEDICALĂ A ROMÂNILOR**

POSM Display

CARTON ONDULAT
HDF / MDF / ALTE MATERIALE RIGIDE



25 - 30 Kg/poliță

100 - 120 Kg/stand

Asociația Dăruiește Viață a finalizat primul spital din România ridicat exclusiv din donațiile persoanelor fizice și sponsorizările companiilor

Prezentăm mai jos comunicatul Asociației Dăruiește Viață care redă un moment istoric al țării noastre.

Dăruiește Viață a anunțat finalizarea Spitalului, în cadrul unui eveniment dedicat sponsorilor, donatorilor, susținătorilor, cadrelor medicale și reprezentanților mass-media. Evenimentul a putut fi urmărit și live pe pagina de Facebook a Asociației, vineri, 24 noiembrie. Totodată, Dăruiește Viață transmite că va continua proiectul cu a doua clădire pentru a crea un adevărat campus medical la Spitalul Marie Curie, cu aceleași condiții de tratament pentru toți copiii, indiferent de afecțiune, spații de cercetare, de training, locuri de cazare pentru părinți etc. Pentru a marca momentul, Dăruiește Viață a aprins simbolic luminile în interiorul Spitalului și a evidențiat, printr-o proiecție de lumini, spațiul pe care va fi construită cea de-a doua clădire a campusului medical. Luminile au fost aprinse de Vlăduț, unul dintre copiii-veterani, care a făcut parte din campaniile de strângere de fonduri ale Asociației.

Pe lângă spectacolul de lumini și proiecția multimedia, participanții au avut șansa să facă un tur ghidat al Spitalului și să asiste la un live performance din partea artistului Dan Perjovschi, care a folosit ca suport peretele care va uni cele două clădiri construite de Dăruiește Viață cu susținerea societății civile. Primii parteneri care au anunțat deja că se alătură pentru ridicarea celei de-a doua clădiri sunt ENGIE, OMNIASIG, Raiffeisen Bank.

„Mulțumim tuturor celor care au avut încredere în #Noi. Sunt peste 350.000 de donatori și peste 8.000 de companii care au arătat că se poate. Le mulțumim celor care au fost alături de noi la eveniment: Paula Herlo, Alex Dima și Tudor Chirilă, tuturor ambasadorilor proiectului, donatorilor, sponsorilor, dar și celor care ne-au urmărit live pe Facebook. Sperăm să continuăm împreună”, a subliniat Oana Gheorghiu, fondatoare Dăruiește Viață.

URMEAZĂ A DOUA CLĂDIRE – UN CAMPUS MEDICAL

„Noi Am Făcut Un Spital. Dar nu ne putem opri aici. Continuăm proiectul cu a doua clădire pentru a construi un adevărat campus medical unde toți copiii vor putea fi tratați în aceleași condiții moderne. Le mulțumim tuturor și îi invităm să ne susțină în continuare printr-o sponsorizare, folosind facilitatea fiscală Declarația 177 până pe 25 decembrie, detalii pe www.daruiesteviata.ro, sau printr-o donație de 4 euro lunar, dacă trimite SMS cu textul SPITAL la 8864”, a evidențiat Carmen Uscatu, fondatoare Dăruiește Viață.

Inițiativa #NoiFacemUnSpital a însemnat până în acest moment o investiție de 53 milioane de euro, fonduri strânse exclusiv din donații de la persoane fizice și din sponsorizări. Spitalul este gata - urmează



relocarea secțiilor din actualul Spital Marie Curie și tratarea pacienților aici, în primele luni ale anului 2024. Pentru prima dată în ultimii 34 de ani, în România, Dăruiește Viață a construit un Spital de Copii pentru a le oferi pacienților condiții de tratament la standarde vestice. Inițial gândit ca o clinică de trei etaje, proiectul s-a transformat într-un Spital cu o suprafață de 12.000 mp, 9 niveluri și +140 paturi. În iunie 2018, a fost turnată fundația Spitalului, iar în noiembrie 2023 au fost finalizate: prima clădire, o centrală termică și o stație de ozonare.

Pe lângă construcție, #NoiFacemUnSpital a adus o serie de premiere în sistemul medical din România: primul Departament de Radioterapie Pediatrică dintr-un spital de copii public, primul bloc operator construit exclusiv din sticlă pentru a reduce riscul de infecții nosocomiale, saloane ATI individuale, saloane de două paturi, cu paturi pentru părinți și grupuri sanitare proprii, saloane ATI individuale, spații dedicate copiilor (locuri de joacă, cinema, studio radio, observator astronomic, sală de sport și recuperare) și spații dedicate părinților și cadrelor medicale.

Dăruiește Viață continuă printr-o campanie națională de strângere de fonduri și îi invită pe toți cei care vor să se implice în continuare sau care vor să înceapă să susțină proiectele Asociației să sponsorizeze sau să doneze prin următoarele modalități:

DONATORI PERSOANE FIZICE

- Donație online pe <https://daruiesteviata.ro/investeste>
- SMS la 8864 cu textul SPITAL pentru o donație lunară de 4 euro
- Donarea zilei de naștere pe www.daruiesteviata.ro/campanii
- Cadouri cu sens pe www.daruiesteviata.ro/cadouri

COMPANII:

- Folosind Declarația 177 și completând un contract de sponsorizare cu sumele rămase nealocate în 2022, dacă sponsorizările făcute anul trecut nu au atins plafonul maxim stabilit prin lege (până pe 25 decembrie).
- Redirecționând 20% din impozitul pe profit / venit (până pe 31 dec). Toate detaliile pe www.daruiesteviata.ro/sponsorizeaza



6

INTERVIUL EDIȚIEI

Centrul Medical NutriLife contribuie la educația medicală a românilor

Interviu cu Dr. Marlena Pascu, Administrator și Director medical al clinicii NutriLife

CLUB ANTREPRENOR

12 Un medic trăiește prin pacienții săi

Interviu cu Dr. Sorin Godeanu, Fondator, Elidor

18 Printul 100% ecologic este acum posibil și în România

Interviu cu Dragoș Bălu, General Manager, Tipografia Global Print

26 Oferim afacerilor un avantaj competitiv semnificativ

Interviu cu Andrei Cojanu, COO Zenko AI

32 INOVECO SRL aniversează 30 de ani de inovație și performanță în lumea afacerilor

34 Stabilitatea prețului, într-o economie în continuă schimbare, este importantă pentru cumpărători

Interviu cu Daniela Jordanovski, Director Marketing și Achiziții, dm drogerie markt România.

38 Avem capacitatea de a gestiona orice tip de investiție

Interviu cu Arh. Ella Falcă, Managing Partner & Lead Architect, Pro Arhitectura

42 Suntem o comunitate în continuă creștere

Interviu cu Cristina Putan și Dorin Cartarescu, Owneri PRbeta Agency

45 A_BEST a celebrat 15 ani de ascensiune în mediul de business prin limbile străine

46 Vom continua să promovăm încrederea, sănătatea și frumusețea

Interviu cu Bianca-Patricia Nahaiciuc, Fondator, NBP Clinique

49 Birourile vamale de frontieră vor fi dotate cu 26 sisteme noi de scanare cu raze X pentru inspectarea mărfurilor care intră în țară

50 A fi durabil și sustenabil înseamnă să fii un susținător activ al economiei și al partenerilor locali

Interviu cu Monica Constantin, Legal and Corporate Affairs Director Bergenbier S.A.

52 Este esențial să se consulte un avocat specializat înainte de a lua orice decizie juridică

Interviu cu Ștefania Măciuceanu, Fondator, Ștefania Măciuceanu Law Office

55 Premieră în România: Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene (MIPE) a folosit roboți RPA Tailent pentru a evalua cele 7.188 de cereri de finanțare depuse de IMM-uri, automatizând cel mai amplu proiect de digitalizare în cadrul PNRR

56 Bijuteriile oferă nu doar o senzație de strălucire, ci și un plus de feminitate și încredere

Interviu cu Petronela Băcanu, Fondatorul Modart.ro

58 Aducem siguranța, calitatea, inovația, protecția mediului și interesele antreprenoriale la un numitor comun

Interviu cu George Gheorghiu, Head of Certification, TÜV Austria România

60 Există variante de salvare a afacerilor în dificultate și fără stigmatul insolvenței

Interviu cu Andreea Zvâc – Counsel, Wolf Theiss

63 Rock Holding semnează cu Kempinski pentru primul complex hotelier de cinci stele de lux din Poiana Brașov

64 Fiecare față este ca un tablou în devenire

Interviu cu Ana-Maria Bușcu, Fondator, Magic Beauty Concept București

67 Florin Jianu a fost ales vicepreședinte al organizației europene de IMMuri, SMEunited

68 Până la vârsta de 7 ani se pot obține cele mai bune rezultate, în urma terapiei

Interviu cu Ioana Bardan, Psiholog, Președintele Asociației Mihai și Prietenii

70 Promovăm relațiile internaționale către statele non-EU

Interviu cu Iuliu Stocklosa, Președintele CCIB

BUSINESS NEWS

78 GROUPE ATLANTIC investește

60 de milioane de euro și deschide prima fabrică din România, în județul Prahova

80 140.000 de muncitori străini ar putea veni la muncă în România în 2024.

În ce domenii sunt cel mai căutați și ce salarii pot câștiga

NR. 13, DECEMBRIE 2023

Revistă de educație, cultură și acțiune antreprenorială

PUBlicație EDITATĂ DE
INFATIGABIL SRL

STR. ARGENTINA, NR. 25, PARTER,
SECTOR 1, BUCUREȘTI
ÎNREGISTRATĂ LA REGISTRUL COMERȚULUI
SUB NR. J40/8703/2017
CUI 37722044

CONT RO95 INGB 0000 9999 0692 5583
ING BANK, SUCURSALA NERVA TRAIAN

REDAȚIA

MIRCEA FICA, FONDATOR ȘI EDITOR
COORDONATOR – 0732.903.216
MIRCEA.FICA@CLUBANTREPRENOR.RO

CLARA IONESCU – REDACTOR

PAUL AURSULESEI - REDACTOR

ROXANA BIGA, MANAGER DE PROIECT
ROXANA.BIGA@CLUBANTREPRENOR.RO

COLABORATORI

MIHAELA CHIRILĂ, REDACTOR
CAMELIA ILEASĂ, AGENT DE VÂNZĂRI

ȘI CITITORII NOȘTRI, CARE SUNT
MAI INTELIGENȚI ȘI MAI ÎNTREPRINZĂTORI
DECÂT NOI

ISSN 2734 – 6250

ISSN-L 2734 – 6250

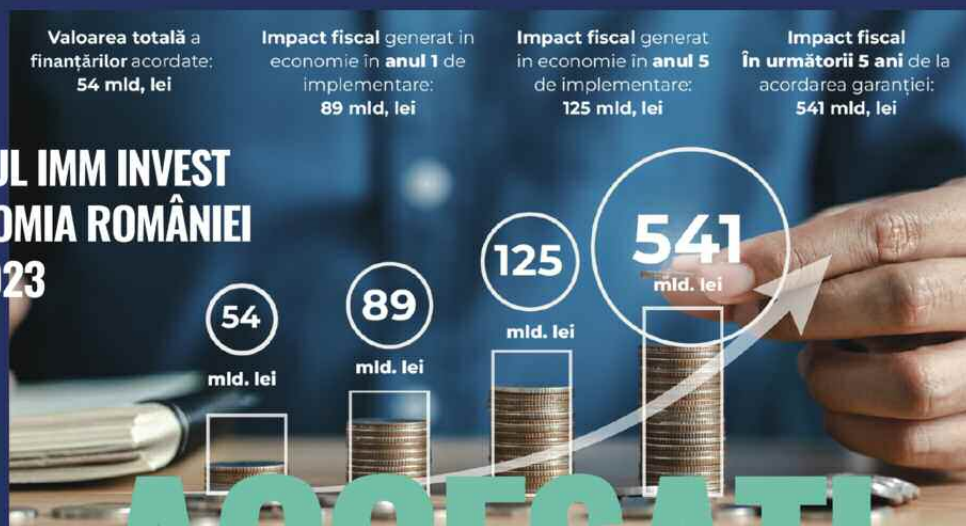
Copyright:

INFATIGABIL SRL

Este interzisă, conform legii, reproducerea integrală sau parțială – pe orice cale – a conținutului revistei, fără acordul scris al conducerii redacției și al autorilor, care dețin drepturile de copiere.

Apartine colaboratorilor,
în exclusivitate, responsabilitatea privind datele și considerațiile din textele pe care le semnează. Opiniile lor nu reprezintă instituțiile și/sau firmele cu care aceștia au orice fel de relații contractuale.

IMPACTUL IMM INVEST ÎN ECONOMIA ROMÂNIEI 2020-2023



ACCESATI

SCHEMA DE AJUTOR DE STAT **IMM INVEST PLUS** ȘI COMPONENTELE ACESTEIA
IMM INVEST ROMÂNIA, AGRO IMM INVEST, IMM PROD, GARANT CONSTRUCT

până la 31 decembrie 2023

-  Plafonul Total al Garanțiilor: 24.3 miliarde lei.
-  Buget Generos pentru Granturi: 3.46 miliarde lei.
-  31.208 Beneficiari

Un sprijin financiar substanțial pentru afaceri profitabile!



Abonament la Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv pe anul 2024

Vă propunem un abonament anual integrat la publicațiile Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv în perioada 1 ianuarie 2024 – 31 decembrie 2024, care va conține următoarele:

- Un articol pe lună publicat pe site-ul ziarulpozitiv.ro și pe site-ul clubantreprenor.ro
- Primirea la birou a publicației print Club Antreprenor, care are o apariție trimestrială (martie, iunie, septembrie și decembrie). Costurile de transport / curierat sunt incluse.
- Acces gratuit (un invitat / eveniment) la toate conferințele noastre, la Gala ziarulpozitiv.ro și la cele 4 Gale Club Antreprenor.

În perioada 1 decembrie – 31 decembrie 2023 avem o ofertă specială – prețul abonamentului anual este 1.500 de lei.

După 1 ianuarie 2024 prețul abonamentului va fi 2.000 de lei.

Pe pagina următoare este lista cu evenimentele pe care le vom organiza în 2024.

clubantreprenor.ro și ziarulpozitiv.ro sunt site-uri înfrățite.

REVISTA CLUB ANTREPRENOR ȘI ZIARUL POZITIV.RO – PLANIFICARE EVENIMENTE 2024

- 30 ianuarie 2024 – **Viitorul afacerilor de familie în România**, Ediția a II-a
- 6 februarie 2024 – **Cercetare și inovare în medicină și farmacie**, Ediția a III-a
- 20 februarie 2024 – **Forumul de Infrastructură, Transporturi și Logistică**, Ediția a III-a
- 5 martie 2024 – **Forumul diplomației economice și al exportatorilor**, Ediția a III-a
- 14 martie 2024 – **Gala Club Antreprenor**, Ediția a XIV-a
- 26 martie 2024 – **Forumul antreprenorilor din industria agricolă**, Ediția a III-a
- 9 aprilie 2024 – **Soluții pentru finanțarea companiilor**, Ediția a III-a
- 25 aprilie 2024 – **Criminalitatea cibernetică în perioada digitalizării economiei**, Ediția a III-a
- 14 mai 2024 – **Cum reducem fenomenul contrafacerilor?**, Ediția a IV-a
- 28 mai 2024 – **Impactul fiscalității asupra antreprenorilor**, Ediția a III-a
- 30 mai 2024 – **Gala Ziarul Pozitiv**, Ediția I
- 18 iunie 2024 – **Gala Club Antreprenor**, Ediția a XV-a
- 24 septembrie 2024 – **ESG – noua moralitate de business**, Ediția a II-a
- 26 septembrie 2024 – **Gala Club Antreprenor**, Ediția a XVI-a
- 22 octombrie 2024 – **Forumul de management și reciclare a deșeurilor**, Ediția a III-a
- 14 noiembrie 2024 – **Cu cine reclădim și modernizăm România?**, Ediția a III-a
- 10 decembrie 2024 – **Future Energy Europe Summit**, Ediția a III-a
- 17 decembrie 2024 – **Gala Club Antreprenor**, Ediția a XVII-a

DESPRE CLUB ANTREPRENOR

Echipa Club Antreprenor editează revista print Club Antreprenor (cu apariție trimestrială – martie, iunie, septembrie și decembrie) și administrează site-ul clubantreprenor.ro (cu peste 30.000 de cititori unici lunar). Site-ul clubantreprenor.ro contribuie la dezvoltarea unei culturi a antreprenoriatului în țara noastră, cultură bazată pe inovație, viziune, tenacitate, gândire pozitivă, educație financiară, educație juridică și educație civică. Site-ul clubantreprenor.ro se

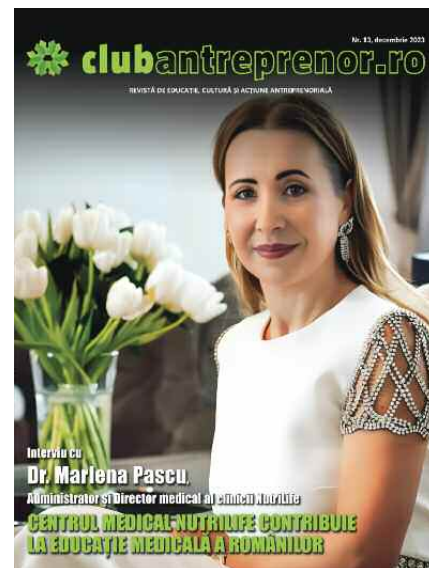
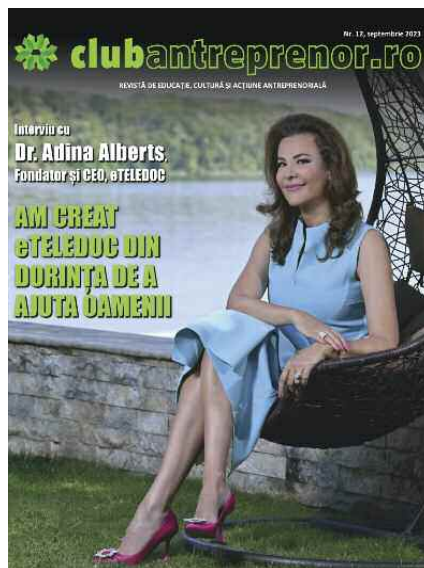
distinge prin calitatea articolelor, analizelor și interviurilor publicate. Totodată, pentru a veni în sprijinul antreprenorilor, organizăm conferințe B2B axate pe diverse domenii: construcții, achiziții publice, concurență, deșeuri / mediu, exporturi, transporturi și infrastructură, energie, fiscalitate, agricultură, medicină și farmacie, proprietate intelectuală, criminalitate cibernetică, turism / HoReCa, etc.

DESPRE ZIARUL POZITIV

Ziarul Pozitiv s-a născut din dorința de a oferi conținut relevant și corect, într-o notă optimistă. Suntem o organizație imparțială, independentă, și neafiliată politic. Ne dorim să oferim comunității un ziar care mizează pe echilibru, credibilitate și obiectivitate, unde informațiile optimiste prevalează, să realizăm un jurnalism pozitiv, integru și etic cu scopul de a crea un mediu inspirațional, propice pentru dezvoltarea României.

CONTACT

Mircea Fica, Fondator, Club Antreprenor
Email: mircea.fica@clubantreprenor.ro
Telefon: 0732.903.216



Centrul Medical NutriLife contribuie la educația medicală a românilor

Interviul Ediției - Interviu cu Dr. Marlena Pascu, Administrator și Director medical al clinicii NutriLife

Care sunt valorile și principiile pe care s-a clădit clinica NutriLife?

Valorile și principiile pe care s-a clădit Clinica NutriLife includ oferirea de servicii medicale ireproșabile, susținute de competențe profesionale și promovarea bunelor practici medicale. Clinica noastră se concentrează pe tratarea fiecărui pacient cu cea mai mare atenție, punând accent pe prevenție, diagnostic, tratament și îngrijiri medicale de calitate la standarde internaționale. Aceste principii vizează îmbunătățirea calității vieții pacienților, subliniind angajamentul clinicii pentru excelență și profesionalism în domeniul medical. Un principiu de bază este evaluarea constantă a calității serviciilor oferite și implementarea feedback-ului primit de la pacienți pentru îmbunătățirea continuă.

Centrul medical NutriLife este dedicat, în special, îngrijirii interdisciplinare a pacienților cu diabet. Care sunt cauzele apariției acestei boli cronice? Cum se tratează ea?

Diabetul este o afecțiune care apare atunci când glicemia (glucoză sau zahărul din sânge) este prea mare. Glucoza este vitală pentru sănătate deoarece este principala sursă de energie pentru celule și provine în principal din alimentele pe care le consumăm. Insulina, un hormon produs de pancreas, ajută glucoza să pătrundă în celule pentru a fi folosită pentru obținerea de energie. În diabetul zaharat de tip 2, pancreasul nu produce suficientă insulină sau aceasta nu este utilizată corespunzător, condiție care se numește rezistență la insulină. În cazul diabetului de tip 1, numit și diabet insulinodependent, are loc o distrucție masivă a celulelor

pancreatice secretoare de insulină ce are ca și urmare o reducere importantă, chiar până la absența secreției de insulină la nivelul pancreasului. Apariția diabetului poate fi influențată de factori genetici, stil de viață, obezitate, hipertensiune arterială, istoricul familial. Diabetul nu se vindecă, dar poate fi controlat astfel încât să reducă riscul de complicații serioase.

Ați derulat o amplă campanie de educație și informare pe teme de sănătate. Care au fost pilonii acestei campanii?

Centrul Medical NutriLife și-a asumat și această misiune de a contribui la educația medicală a românilor. Echipa medicală a clinicii a derulat și derulează, în continuare, campanii de educație și informare pe teme de sănătate, cu informații sigure și de încredere. Ne dorim ca prin intermediul diferitelor materiale de educație sanitară, pe care le realizăm atât în format scris, cât și video, să explicăm pe înțelesul tuturor, simptomele, cauzele și soluțiile terapeutice, pentru cele mai întâlnite afecțiuni, cu speranța de a determina pacienții să treacă de la un comportament reactiv (orientat spre tratament), la unul proactiv (orientat spre prevenție). Principalul pilon pe care ne construim campaniile este acela al accesibilității și clarității mesajului. Este esențial ca informațiile să fie accesibile pentru toate grupurile de populație, indiferent de vârstă, educație, cultură. Asta înseamnă că avem mare grijă să adaptăm mesajele la diferite niveluri de înțelegere și, de asemenea, să utilizăm mai multe canale de comunicare. Totodată, campaniile de succes necesită un angajament pe termen lung și resurse pentru a menține mesajul relevant și pentru a se adapta la schimbările din domeniul sănătății și tehnologiei.

Care au fost cele mai mari provocări pentru dumneavoastră în calitate de medic? Dar ca antreprenor?

Pentru mine, îmbinarea responsabilităților clinice cu cele de gestionare a unei afaceri este una dintre cele mai mari provocări. Aceasta necesită competențe variate, de la cunoștințe medicale la abilități de management și leadership. O mare provocare o reprezintă gestionarea eficientă a timpului între pacienți, administrarea clinicii și dezvoltarea afacerii, acest proces este extrem de solicitant. Atragerea, formarea și menținerea unei echipe de înaltă calitate este un element esențial, dar și o adevărată provocare, mai ales într-un mediu concurențial ca cel din sistemul medical de astăzi. De asemenea, menținerea conformității cu reglementările din domeniul sănătății și gestionarea cerințelor legale și etice poate fi complicată și consumatoare de timp. Ca medic și antreprenor, reputația profesională și cea a clinicii sunt strâns legate. Construirea și menținerea unei reputații solide necesită calitate constantă în îngrijirea pacienților și servicii excelente. Mai mult, echilibrarea așteptărilor pacienților cu realitățile practice ale administrării unei clinici medicale poate fi dificilă, mai ales într-o epocă în care pacienții sunt mai informați și uneori sceptici.

Care au fost/ sunt modelele dumneavoastră de antreprenori, din România și din străinătate?

Nu am avut, pentru că niciodată nu mi-am propus ca obiectiv principal să dezvolt o afacere profitabilă. Deși am fost interesată să văd roadele muncii mele, acest lucru nu a fost o prioritate. Profesia de medic trebuie să fie insuflată de dorința de a fi folositor, de a ajuta, nu de a urmări profitul, de a fi



mercantil. Faptul că am intrat în acest „cerc antreprenorial” a fost ca rezultat natural al muncii și pasiunii puse de-a lungul celor 23 de ani de activitate, în slujba pacienților. Modelele care m-au inspirat au fost cele ale părinților mei, care m-au învățat să prețuiesc munca și care mi-au transmis că efortul este întotdeauna răsplătit. Ei m-au educat să fiu generoasă, afectuoasă și respectuoasă cu toți oamenii, chiar și atunci când aceasta nu este o abordare reciprocă, că oamenii bolnavi au nevoie de empatie. Am învățat, din nefericire, de la o vârstă fragedă, că pentru a ajunge în vârf trebuie să treci mai întâi prin vale, că urcușul este greu și alunecarea rapidă. Nu am profitat niciodată de oameni și situații, motiv pentru care am ales să am un cerc restrâns de prieteni, dar aceia pe care îi am, sunt alături de mine de mult timp.

Care sunt responsabilitățile, pe care un antreprenor trebuie să le aibă mereu în vedere?

În domeniul medical, responsabilitățile unui antreprenor sunt unice și complexe datorită naturii sensibile și a importanței critice a îngrijirii sănătății. În primul rând este esențială asigurarea că afacerea respectă toate reglementările și standardele medicale, inclusiv cele legate de licențiere, confidențialitatea pacientului (cum ar fi GDPR în Europa), și siguranța pacientului. Foarte importantă este prioritizarea calității îngrijirii pacienților, prin asigurarea celor mai eficiente soluții de tratament, și dotarea cu aparatură de ultimă generație. Un element important ține și de dezvoltarea și menținerea unei echipe puternice prin recrutare, formare și motivare. Un antreprenor eficient trebuie să fie un lider care inspiră și îndrumă echipa sa. Totodată este vitală, rămânerea la curent cu tendințele industriei și adaptarea la schimbări. Inovarea constantă este esențială pentru a rămâne competitiv într-un mediu de afaceri dinamic. De asemenea, cred că este important ca un antreprenor să fie dedicat dezvoltării personale și învățării continue pentru a-și îmbunătăți abilitățile și a rămâne relevant în domeniul său. Pe de altă parte, consider important și recunoașterea și îndeplinirea responsabilităților sociale ale afacerii,

inclusiv impactul asupra mediului și contribuția la comunitate.

Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite un antreprenor clienților săi?

În orice domeniu, dar mai ales în domeniul medical, încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională a unui antreprenor sunt de o importanță vitală, având implicații directe asupra succesului afacerii și a îngrijirii pacienților. Încrederea este esențială în relația dintre furnizorii de servicii medicale și pacienți. Pacienții trebuie să aibă încredere că vor primi îngrijiri de cea mai înaltă calitate, bazate pe standarde etice și profesionale stricte. Încrederea este un factor cheie în alegerea și loialitatea față de un furnizor medical. În domeniul medical, credibilitatea se bazează pe competența profesională, cunoștințele și experiența. Acest lucru este crucial pentru a asigura pacienților că sunt în mâini sigure. Credibilitatea poate fi întărită prin calificări, certificări, publicații, cercetare și recenzii pozitive din partea pacienților. Notorietatea profesională este de asemenea importantă. A avea o reputație solidă în domeniul tău poate fi un factor decisiv pentru succesul afacerii. Notorietatea poate atrage noi oportunități, de la parteneriate la noi clienți, și poate ajuta la diferențierea de concurență. De asemenea, contribuie la percepția valorii și calității afacerii tale.

Cum vă motivați echipa? Pe ce abilități puneți accent atunci când luați în considerare recrutarea de noi colaboratori?

Motivarea echipei medicale dintr-o clinică este esențială pentru a asigura un nivel înalt de îngrijire a pacienților și pentru a menține un mediu de lucru pozitiv și eficient. Recunoașterea și aprecierea eforturilor echipei este importantă, fie că este vorba de un feedback pozitiv, premii sau alte forme de recunoaștere, aprecierea muncii echipei sporește moralul și motivația. De asemenea, pun accent pe comunicare deschisă și transparentă, menținerea unei comunicări deschise, încurajarea feedback-ului și implicarea echipei în luarea deciziilor



pot încuraja sentimentul de apartenență și satisfacția în muncă. În ceea ce privește recrutarea de noi colaboratori, pun accent pe competență medicală și educație continuă, deoarece cunoștințele solide în domeniul medical și angajamentul pentru învățare continuă sunt esențiale. Totodată, capacitatea de a comunica eficient atât cu pacienții, cât și cu colegii este crucială, precum și capacitatea de a înțelege, de a empatiza. Medicii trebuie să fie capabili să gestioneze situațiile stresante și să rămână calmi și eficienți sub presiune.



Cum a modificat GDPR-ul activitatea companiei și a angajaților dumneavoastră?

GDPR a adus o schimbare semnificativă în modul în care clinicile medicale din România gestionează datele personale ale pacienților, punând un accent mai mare pe securitatea și confidențialitatea datelor. Aceste schimbări vizează protejarea drepturilor individuale și întărirea încrederii pacienților în

sistemul de sănătate. Practic, suntem obligați să asigurăm un nivel ridicat de protecție a datelor personale ale pacienților, incluzând informații medicale sensibile. Acest lucru a presupus implementarea de măsuri de securitate fizice și digitale avansate. Personalul clinicii noastre medicale a fost instruit și informat despre regulile GDPR și despre cum să gestioneze datele personale ale pacienților în conformitate cu aceste reguli.



Clinica noastră se concentrează pe tratarea fiecărui pacient cu cea mai mare atenție, punând accent pe prevenție, diagnostic, tratament și îngrijiri medicale de calitate la standarde internaționale.

Cât de importantă este digitalizarea activității pentru business-ul dumneavoastră?

Digitalizarea nu putem spune că este un viitor. Funcționăm de foarte mult timp cu ajutorul ei și asta este un mare plus. Digitalizarea este extrem de importantă pentru clinicile medicale și pentru afacerile din domeniul sănătății. Implementarea tehnologiilor digitale aduce multiple avantaje și îmbunătățiri

semnificative. Sistemele digitale automatizează multe procese administrative, cum ar fi programările, gestionarea dosarelor pacienților. Aceasta reduce timpul petrecut pe sarcini manuale și permite personalului medical să se concentreze mai mult pe îngrijirea pacienților. Mai mult, pandemia COVID-19 a accelerat adoptarea telemedicinei, permițând pacienților să acceseze servicii medicale de la distanță. Acest lucru este convenabil pentru pacienți și poate extinde acoperirea serviciilor medicale.

Unde vă vedeți peste 5 ani, ca dimensiune a business-ului, anvergura clienților și poziționarea în piață?

Clinica noastră a evoluat treptat de-a lungul timpului. Am pornit cu două cabinete specializate în diabet și nutriție și, din 2007 până în prezent, am extins serviciile pentru a include spitalizarea de zi pentru pacienții cu diabet zaharat și boli metabolice, precum și patru cabinete de diabet, alături de cabinete de neurologie, oftalmologie, cardiologie și psihologie. Deciziile de dezvoltare au fost luate numai când am fost sigură de necesitatea lor și de cererea existentă pentru serviciile respective. Planurile noastre viitoare includ dezvoltarea unei noi arii de spitalizare de zi în cardiologie, oferind pacienților acces la investigații avansate și tratamente de ultimă oră. Succesul clinicii nu este doar rodul muncii mele; soțul meu a fost și continuă să fie un suport constant, acoperind aspectele administrative și birocratice, care sunt adesea complexe. În timp ce eu m-am concentrat pe dezvoltarea medicală a clinicii, el s-a ocupat eficient de gestionarea administrativă.

Ce potențial de creștere există în segmentul de piață în care activați?

Cu o echipă de specialiști dedicați în sprijinul nostru, sunt convinsă că vom

rămâne în poziții de vârf indiferent de concurența de pe acest segment. Succesul nostru se datorează nu doar familiei mele de acasă, dar și echipei noastre din NUTRILIFE, care împărtășesc aceleași calități esențiale pentru succes: o pregătire profesională de excepție, seriozitate, empatie, flexibilitate și convingerea că munca bine făcută este întotdeauna răsplătită. Această răsplătită se reflectă zilnic în aprecierea și recunoștința pacienților noștri, și acum, în recunoașterea pe care ne-o oferăți dumneavoastră.

Ce le recomandați antreprenorilor care doresc să se alăture acestei piețe?

Dezvoltarea unei afaceri cu o clinică medicală necesită o atenție deosebită și o planificare atentă, dar și multă perseverență. Antreprenorii trebuie să înțeleagă și să respecte toate reglementările și standardele de sănătate și siguranță. Acest lucru include licențierea, acreditările, protecția datelor pacienților și respectarea protocoalelor medicale. Este important să se focalizeze pe experiența pacientului: timp de așteptare redus, o comunicare eficientă și un mediu confortabil și sigur pentru bolnavi. De asemenea, trebuie să fie pregătiți să se adapteze la schimbările din domeniul medical și să adopte noi tehnologii și abordări pentru a rămâne competitivi.

Ce credeți că ar trebui să facă viitorul Guvern pentru a moderniza administrația, a reduce birocratia și a stimula mediul de afaceri?

Cred că ar ajuta mult revizuirea și simplificarea proceselor și reglementărilor actuale pentru a le face mai eficiente. Acest lucru ar putea include reducerea numărului de aprobări necesare pentru demararea și operarea unei afaceri. Simplificarea sistemului fiscal și asigurarea unei mai mari

“
Apariția diabetului poate fi influențată de factori genetici, stil de viață, obezitate, hipertensiune arterială, istoricul familial. Diabetul nu se vindecă, dar poate fi controlat astfel încât să reducă riscul de complicații serioase.

predictibilități și stabilități fiscale pentru afaceri ar fi de bun augur. De asemenea, crearea unor programe și stimulente pentru start-up-uri și pentru inovare, inclusiv facilitarea accesului la finanțare și oferirea de reduceri fiscale pentru cercetare și dezvoltare ar ajuta la dezvoltarea mediului de afaceri.

Cum vedeți evoluția antreprenoriatului în țara noastră, ținând cont de nivelul nostru de acum și de nivelul la care au ajuns statele din Europa Centrală?

România a arătat o creștere semnificativă a antreprenoriatului în ultimii ani. Există un potențial mare datorită unei forțe de muncă relativ tinere și bine educată, în special în domeniile tehnologice și de servicii. Cred că educația în antreprenoriat și dezvoltarea competențelor antreprenoriale sunt vitale pentru creșterea durabilă. În timp ce în unele țări din Europa Centrală educația în antreprenoriat este mai avansată, România începe să recunoască importanța acestui aspect. Antreprenoriatul în România este într-un proces de evoluție și are un potențial semnificativ de creștere. Prin abordarea provocărilor precum birocratia, finanțarea și educația în antreprenoriat, România ar putea ajunge la nivelul țărilor din Europa Centrală și chiar să le depășească în anumite sectoare, cum ar fi tehnologia și inovația.

Cum găsiți echilibrul între viața personală și cea profesională? Ce lucruri aduc bucurie în viața dumneavoastră, în afara profesiei?

Când o relație se bazează pe comunicare, dragoste și încredere, conceptul de a echilibra cariera cu viața de familie nu mai pare dificil. Ambele aspecte ale vieții aduc împlinire, bucurie și sentimentul unei vieți trăite la maximum.

“
Succesul clinicii nu este doar rodul muncii mele; soțul meu a fost și continuă să fie un suport constant, acoperind aspectele administrative și birocratice, care sunt adesea complexe. În timp ce eu m-am concentrat pe dezvoltarea medicală a clinicii, el s-a ocupat eficient de gestionarea administrativă.



**Valoarea faptei: 30 de ani de
lucrări ingineresti pentru
infrastructura de mediu
din toată România**



CONSTRUCTII



MATERIALE PENTRU CONSTRUCTII



PRODUCTIE INDUSTRIALA



TEHNOLOGII SI ECHIPAMENTE PENTRU
AGRICULTURA SI MEDIU

Detalii de contact

Your green WORLD is our WORK

INOVECO
EXPERT

Bld. Eroilor nr. 6-8 | 077190

Voluntari | Ilfov | România

Email: contact@inovecoexpert.ro

Telefon: 0752 111 456



Un medic trăiește prin pacienții săi

Interviu cu Dr. Sorin Godeanu, Fondator, Elidor



Aveți o experiență de peste 40 de ani în medicină și farmacie. Ce a stat la baza deciziei de a deveni medic și de ați ales această specializare – ATI (Anestezie și Terapie Intensivă)?

În clasa I primară, doamna învățătoare ne-a întrebat pe fiecare elev în parte ce dorim să devenim în viață. Am răspuns: doctor! Am avut întotdeauna un respect nemărginit pentru această profesiune pe care zeii au dăruit-o oamenilor. Medicul este un eșafodaj intelectual construit în zeci de ani de studiu individual și practică clinică la cel mai înalt nivel. Adevăratul medic nu renunță la idealurile care înobilează existența umană. Știm cu toții că viața se scurge ca și apa, insesizabil, dar rămâne întotdeauna memoria faptelor bune. Pentru fiecare existență terestră există privilegiul, poate unic, de a conștientiza, de a simți și de a iubi universul care ne înconjoară. Nu am putut niciodată să privesc indiferent lupta omului cu adversitățile (boala, bătrânețe, etc).

ATI-ul este disciplina care intervine direct, frontal în lupta cu moartea. "Orice zi câștigată la un om în suferință gravă e o mare victorie pentru noi". (citat din profesorul Viorel Ranga, la cursul de Anatomie, pentru studenții anul II IMF București).

Sunteți un medic respectat și apreciat. Cum vedeți statutul acestei profesii în România anului 2023?

Profesia de medic s-a construit în România prin personalități remarcabile, care au beneficiat de existența unor centre universitare europene. Pe atunci exista tradiția ca tânărul student să se pregătească profesional la Paris, Viena, etc, iar la finalizarea studiilor universitare să se întoarcă în țară și să servească neamul din care făcea parte. Acum tradiția este inversă: devin medici în România și pleacă să-și exercite atribuțiile profesionale pe alte



meridiane. Olimpicii noștri recunoscuți respectă în mare parte aceeași regulă. Liderii politici vor trebui să înțeleagă că România va rămâne o națiune puternică dacă va putea să-și păstreze personalitățile care au văzut lumina zilei pe plaiurile mioritice.

Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite un medic pacienților săi?

Un medic trăiește prin pacienții săi. Medicul profesionist nu este niciodată singur. Echipa sa este cea care îl înțelege cel mai bine și îl ajută să atingă performanțe de nebanuit. Notorietatea profesională este un factor ce încurajează un pacient în stare gravă să apeleze la medicul

respectiv. Implicarea totală a medicului e factorul sine qua non pentru succesul terapeutic.

Ați fondat firma Elidor în 1994. Produsele naturiste create de această companie au devenit un brand datorită tehnicilor inovative folosite în prepararea lor. Care au fost / sunt cele mai solicitate produse?

Inițial activitatea noastră a început cu distribuția medicamentelor la nivel național. Era perioada privatizării farmaciilor, iar în acest context majoritatea farmaciilor și-au organizat primele aprovizionări prin intermediul societății noastre. În acel moment existau în București doar trei depozite care furnizau marfă de la producătorii autotohni. Menționăm că Pontica a fost lider în

distribuția medicamentelor de la Sicomed, ulterior devenind un promotor în distribuția produselor Elidor. Fiecare produs Elidor are propria lui istorie provenită din interacțiunea cu pacienții.

Noi am conceput blogul www.secreteledoctorului.wordpress.com, unde am detaliat, în cazul multor produse, protocoale terapeutice care și-au dovedit utilitatea practică în cazuri mai mult sau mai puțin dificile. Menționez astfel protocolul intitulat AXIOMELE NORMALITĂȚII, care au subliniat, în repetate rânduri, posibilitatea vindecării strict prin terapii naturale. Cei care au folosit acest protocol au realizat că medicina naturală este oportună chiar și în situațiile cele mai dificile, cu condiția ca diagnosticul să corespundă realității clinice.

“
Medicul este un eșafodaj intelectual construit în zeci de ani de studiu individual și practică clinică la cel mai înalt nivel.



Produsele Elidor au beneficiat de experiența excepțională a unor personalități cu care am colaborat pe multiple planuri: acad. Dr. Ovidiu Bojor, Dr. Elena Nicolau, farmacist primar Ghe. Nicolaescu, Dr. chim. Rodica Stoica, Acad. Dr. Adrian Restian, Acad. Prof. Dr. Constantin Ionescu-Târgoviște. Am considerat că viața unui produs este asemănătoare cu viața unui om. Fiecare produs are viața lui. Performanța terapeutică a produsului e cea care rămâne în memoria pacientului. S-a întâmplat ca persoane pe care nu le-am cunoscut până atunci, să mă abordeze și să-mi spună: "Știți domnule doctor, *Ortogelul* dumneavoastră m-a salvat de dureri!" sau una dintre cele mai distinse colaboratoare să mărturisească, într-una din zile, "Domnule doctor, mi-am tratat copilul cu *Pulmoexpres*, tusea s-a oprit, nu mai are febră!" Aceste mici semnale m-au determinat să înțeleg că putem ajuta semenii oferindu-le frânturi din existența noastră profesională, sub brandul ELIDOR.

Recent ați prezentat siropul Pulmobiom. Care sunt proprietățile acestuia?

Experiența medicală m-a determinat în repetate rânduri să caut soluții salvatoare în cazurile în care tratamentele clasice rămâneau fără rezultat. Microbiomul însoțește existența umană de la naștere și până la moarte. Această lume invizibilă, pe care noi în ultima vreme i-am sesizat existența și a trebuit să mai treacă ceva timp să realizăm marea importanță pe care o are în fiziologia umană și, în special, în mecanismele imunologice, reprezentând un adevărat scut în fața infecțiilor viromicrobiene.

Siropul Pulmobiom este produsul care provine tocmai din această interacțiune OM-PLANTĂ-MICROBIOM și care conturează angajarea mecanismelor de apărare în lupta cu agresiunile viromicrobiene. Este cert că și ursul carpatin, în momentul în care consumă *leurda* (aflată în compoziția

siropului), la ieșirea din hibernare, beneficiază de o adevărată catapultare metabolică de la statusul de repaus metabolic în care a supraviețuit 6 luni de zile - la statusul de metabolism intens activat, situație impusă de intrarea în mediul ostil al pădurii unde poate întâlni în orice moment pericole amenințătoare de viață. Această recalibrare metabolică este foarte posibil să fie indusă de *Allium Ursinum* (leurdă) pe care ursul o găsește chiar lângă scorbura unde și-a petrecut cele 6 luni de binemeritată hibernare.

Cătina, leurdă și măceșul crează o adevărată detentă imună, permițând pacientului să depășească cu succes momentul delicat produs de valurile tot mai agresive de viroze respiratorii.

Cum apreciați nivelul de educație medicală a românilor?

Am fost medic ATI la spitalul Floreasca, reanimare, traumatologie. Discuțiile cu



pacienții le purtam după ce depășeau perioada critică și pot să confirm că atât pacienții, cât și rudele domniilor lor au dovedit întotdeauna un nivel de cultură și educație care le permitea să înțeleagă complexitatea situației medicale și actele terapeutice care se derulau.

Cum vedeți interesul românilor pentru a avea o alimentație sănătoasă și a face sport / mișcare?

În momentul de față există un context internațional în care fiecare individ realizează importanța asigurării unui aport alimentar echilibrat prin mai multe vegetale și fructe colorate cu prezența unei cenzuri calorice mai stricte pentru evitarea excesului de orice natură.

Ce vă motivează mai mult în viața de zi cu zi?

Întotdeauna mi-am dorit să trăiesc într-o societate liberă, în care fiecare personalitate își urmează traiectoria profesională și realizează pentru semenii lui ce știe să facă mai bine. Abordarea duală terapie intensivă - medicina plantelor mi-a creat întotdeauna un orizont care a oferit soluții terapeutice remarcabile. În momentul în care se va înțelege că experiența unui medic, cu cel puțin 30 ani în terapie intensivă la spitalul Floreasca, care invocă repetat *plantele medicinale, ca și o pârgă de forță* în mobilizarea resurselor interne din fiziologia individului, ca răspuns la traumatismele grave, stresul septic, stresul oxidativ, îmbătrânire, în acel moment vom ajunge să-l înțelegem pe Acad. Dr. Ovidiu Bojor, care vedea în

“
Liderii politici vor trebui să înțeleagă că România va rămâne o națiune puternică dacă va putea să-și păstreze personalitățile care au văzut lumina zilei pe plaiurile mioritice.

MEDICINA NATURALĂ o soluție terapeutică optimă venită din VIITOR.

În sistemul sanitar s-a investit foarte mult, atât în sectorul de stat, dar mai ales în cel privat. Cum percepeți dumneavoastră calitatea actului medical în viitor?

Antreprenorii, metaforic vorbind, sunt navigatori care își asumă riscuri, uneori incredibile, și care prin forța evenimentelor, deși de cele mai multe ori dispun de resurse minimale, obțin rezultate pe care nimeni nu le-ar fi crezut posibile. Nu cred că exagerez dacă văd în ei un fel de supraoameni care aduc după ei, prin realizările și performanțele lor, numele și mândria de a fi ROMÂN. Ar fi momentul ca acești adevărați exploratori ai imposibilului

să se bucure de tot respectul și parteneriatul țării care are nevoie de ei ca de oxigen, fiindcă doar prin ei vom reuși să depășim criza economică. Universul farmaciilor din România a avut un început promițător și o spun sincer, era o lume cu mulți profesioniști adevărați. Conversația de specialitate era o plăcere mai ales când se intersectau experiența medicală cu cea farmaceutică. Cred cu tărie că orice farmacist poate fi un foarte bun manager pentru farmacia pe care a construit-o, îmbinând experiența profesională cu cea managerială.

Actul medical pentru a fi perfect are nevoie de două componente esențiale:

- medicul, care formulează diagnosticul și tratamentul corespunzător;
- farmacistul, care oferă pacientului protocolul terapeutic, ținând seama de particularitățile acestuia.

Această schemă minimală subliniază importanța comunicării medic-farmacist-pacient, care poate fi grav afectată în defavoarea pacientului.

Apariția unei disfuncționalități de comunicare între medic și farmacist poate

aduce prejudicii grave pacientului. Farmacistul dispunând de o vastă cunoaștere - farmacologie, farmacodinamie -, poate armoniza protocolul terapeutic pe situația clinică caracteristică a pacientului. Optimizarea relației medic-farmacist există așa cum știm într-un circuit specific: instituție medicală - farmacie clasică.

Sunteți fondator al asociației patronale PLANTA ROMANICA. Cum vedeți potențialul de creștere în acest domeniu, al cultivării și procesării plantelor medicinale și aromatice?

Je me souviens - într-o discuție pe care o aveam cu Acad. Dr. Ovidiu Bojor, în biroul tapetat cu imagini din perioada Nepal - Himalaya, m-a întrebat: *“Cum să numim societatea producătorilor și procesatorilor români de plante medicinale și aromatice?”* Erau numeroase variante, dar cea care ni s-a părut că reprezintă cel mai bine multitudinea de factori care o definesc, a fost PLANTA ROMANICA.

Principiile stabilite de Acad. Dr. Ovidiu Bojor sunt convins că vor supraviețui și, mai mult

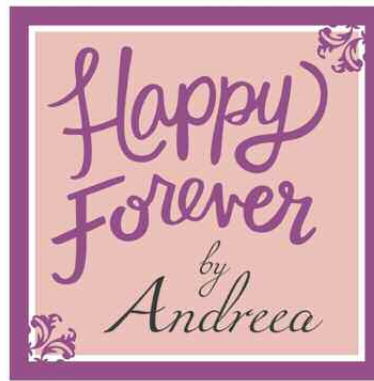
decât atât, actualul președinte Daniela Raiciu, prin implicare personală și profesionalism, va dezvolta colaborarea tuturor membrilor societății pentru a reprezenta fitoterapia românească la nivel european.

Ați participat la numeroase congrese medicale internaționale. Cum sunt apreciați medicii români în străinătate?

Medicii români au constituit întotdeauna un EȘALON PROFESIONAL de excepție pornind de la conceptul că viața începe cu cei 7 ani de acasă, urmată de școlile elementare și medii, apoi de facultatea de medicină, acolo unde studenții au avut cu adevărat de la cine să învețe principiile fundamentale ale uneia din cele mai nobile profesii. E o tragedie, în momentul actual, exodul medicilor din diferite motive, mai mult sau mai puțin economice, care lasă în urmă o situație extrem de delicată.

România întotdeauna a depășit cu succes situațiile cele mai critice. Să sperăm că și în momentul de față, Dumnezeu va fi alături de România!





Paper Flowers



Printul 100% ecologic este acum posibil și în România

Interviu cu Dragoș Bălu, General Manager, Tipografia Global Print

În perioada 2019-2023 ați investit aproximativ 5 milioane de euro în utilaje moderne de producție, software specializat și personal. Ce capacități de producție aveți acum și ce tipuri de tipărituri puteți face?

Flota de utilaje de producție este formată din **echipamente exclusiv noi, produse de către cele mai importante companii din industria tipografică**, precum Heidelberg, Mohr, Roland, Durst, Horizon, Fuji, Mimaki, HP, Esko Kongsberg, Elitron și în general din categoria flagship. Considerăm acest aspect ca fiind un atu important, destul de rar întâlnit în piața tipografică locală și de natură să asigure realizarea de produse impecabile. Practic, au fost schimbate toate utilajele de producție, cele mai „vechi” echipamente pe care le utilizăm în prezent sunt din 2019. Acest lucru a fost posibil datorită investițiilor consistente realizate în două etape majore de dezvoltare a activității noastre.

În perioada 2019-2020 am implementat un prim plan major de investiții în valoare totală de circa 2 milioane de euro în echipamente, software, spațiu de producție și instruire personal. Principala direcție de investiții a fost dezvoltarea printului digital large format, prin achiziționarea și instalarea de echipamente ce acoperă toate tehnologiile de print în format mare, de la print pe bază de cerneală UV pe materiale rigide, a printului cu cerneală latex, a printului cu cerneală ecosolvent și nu în ultimul rând a printului cu cerneală pe bază de apă. Se obțin astfel importante eficientizări de costuri, putând alege pentru fiecare proiect tehnologia și materialele potrivite. Echipamentele instalate asigură optimizarea și totodată realizarea de printuri de înaltă calitate, pe marea majoritate a materialelor disponibile pe piața din România.

Pentru **printarea cu cerneală UV, pe orice material rigid sau flexibil** cu grosime de până la 5,08 cm, dar și pentru realizarea de signalistică de interior / exterior, POS/POSM (Point of Sales Materials), Display, ambalaje colective, ambalaje de produs de format mare ori componente industriale, am optat pentru **printerul true flatbed Fuji Acuity High Speed Advance**, cu o capacitate de producție de până la 30.000 mp pe lună, la calitate fotografică (1200 dpi – certificare Pantone și Fogra).

Printul cu cerneală latex reprezintă soluția potrivită pentru aplicații precum postere, tablouri, tapet și în general printuri pe materiale în rolă, datorită flexibilității crescute a cernelii. Printerul HP Latex 375 a fost decizia noastră având în vedere faptul că este liderul global în ceea ce privește calitatea dar și productivitatea, fiind obținute eficientizări de până la 40% ale costului cernelii, datorită tonerelor de mare capacitate de 3 litri per culoare.

Printurile cu cerneală ecosolvent, recomandate în cazul produselor outdoor, precum semnalistică, autocolante auto sau reclame reflectorizante, sunt realizate cu echipamentul de print & cut contur Roland Soljet PRO4 XR640. Se pot printa inclusiv culori metalice și se pot produce printuri rezistente la raze UV, culorile fiind protejate de decolorare între 3 și 5 ani (extrem de util pentru aplicații precum stickere auto).

Printurile cu cerneală pe bază de apă se realizează de imprimantele **CANON 8400 S**, ce pot atinge cel mai înalt nivel de calitate al imaginii (true photo – rezoluție 2.400 dpi), fără miros (cerneală safe 100% pentru grădinițe, clinici, orice mediu interior), asigurând cel mai mare gamut de culori și cel mai înalt nivel de fidelitate/calitate a printului existent pe piața românească. Pentru **finisările post print** a fost instalat în 2019 cel mai nou model de masă de tăiere digitală, produs de către ESKO Kongsberg.

Sunt realizate operațiuni complexe de tăiere, biguire, decupare Kiss Cut (tăierea doar a primului strat al materialelor autocolante), etc. Se adaugă totodată echipamente profesionale de laminare, capsare și sudare banere.

Pentru signalistică și outdoor a fost instalat un **echipament laser** produs în USA, care, pe lângă gravarea clasică, permite realizarea de detalii fine și imagini (fotogravură). În perioada 2022-2023 au fost realizate investiții de aproximativ **3 milioane de euro** în echipamente de producție, software, e-commerce, un nou spațiu de producție de 1000 mp și bineînțeles perfecționare personal. Astfel, am consolidat și dezvoltat capacitățile de producție a standurilor de tip POSM Display și a ambalajelor din carton ondulat, HDF și alte derivate din lemn, Alubond și alte derivate din metal, Forex și alte derivate din PVC.

După instalarea în toamna anului 2022 a **primului printer UV DURST P5 350**, special configurat pentru print pe carton ondulat și alte materiale rigide în placă, Tipografia Global Print a putut anunța o nouă premieră în România și Europa centrală de sud-est, prin decizia de achiziție și instalare în octombrie 2023, a **primului printer cu cerneală ecologică pe bază de apă DURST P5 250WT**. În urma colaborării cu liderul din industria producției de echipamente de print large format DURST, concretizată prin decizia de achiziție a celor mai noi printere a căror valoare de piață depășește 1 milion de euro, sunt obținute importante avantaje cu privire la economia circulară, protecția mediului și minimizarea impactului industriei asupra naturii. Totodată, devine posibilă și în România atingerea celui mai înalt nivel de calitate, prin accesul la cea mai performantă tehnologie existentă în industria tipografică. În susținerea și completarea acestor beneficii ce țin de responsabilitatea față de mediu, DURST P5



250WT cu cerneală ecologică este capabil să atingă și din punct de vedere al calității imaginii nivelul maxim posibil în industrie, similar tiparului offset și a tiparului litografic. Aceste performanțe de excepție și unice, atunci când vorbim de printere large format, sunt posibile și datorită tehnologiei Variodrop, care este o tehnologie inovatoare de imprimare ce reglează dimensiunea picăturii de cerneală funcție de conținutul fișierului grafic. Ca o recunoaștere oficială a performanțelor sale excepționale, printer-ul UV DURST P5 cu lățime de

350 cm a reușit să fie apreciat cu premiul pentru cel mai bun printer în categoria flagship, premiul fiind acordat de către EDP (European Digital Press Association – <https://durstus.com/durst-p5-tex-isub-p5-30-hs-win-edp-award/>.) Tipografia Global Print poate răspunde acum pozitiv solicitărilor din ce în ce mai frecvente de realizare de produse certificate ecologic, având în flota sa cea mai nouă generație de printere DURST, inclusiv a printerului P5 250 WT cu cerneală pe bază de apă certificat UL ECOLOGO. Astfel, se deschide o



În ultimii 5 ani nu am avut nici măcar cel mai mic incident, încurcătură, întârziere la livrare sau produse neconforme.

nouă oportunitate de producție pentru companiile ce pun accent pe responsabilitatea față de mediu și care își doresc ca materialele sale de promovare realizate din carton ondulat să poată dovedi un impact minim asupra mediului. Posibilitatea de a dovedi impactul minim asupra mediului permite companiilor preocupate de reciclare să transmită consumatorilor din România un mesaj ferm, un puternic statement de brand privind etica de business și respectul față de comunitate. Aceste practici de business înregistrează un trend de creștere accelerată și urmează să fie din ce în ce mai importante în viitor. Totodată, cele 2 printere instalate în premieră într-o tipografie din România asigură și o foarte bună competitivitate din punct de vedere al prețurilor ce vin să susțină pe orizontală o serie de industrii. Costurile de producție sunt reduse datorită noilor tehnologii utilizate, precum utilizarea de lampi led ce asigură un consum de energie cu până la 60% mai mic decât clasicele lampi pe bază de mercur (dovedit deja ca fiind poluante), automatizarea operării în cadrul proceselor de producție, ce permite scăderea numărului de operatori de la 4 persoane la 2 sau chiar un singur operator, încorporarea celor mai noi tehnologii ce asigură reducerea problemelor și a costurilor de service cu până la 90% față de echipamentele second hand și nu în ultimul rând eficientizarea consumului de energie electrică cu până la 50%. La fel de importantă ca și optimizarea producției considerăm că este **asigurarea la cel mai înalt standard al tuturor serviciilor complexe necesare unui management corect al conturilor mari**. Dacă în mod uzual în industria tipografică locală comenzile, stocurile, machetele sunt procesate în mod “manual”, am considerat ca fiind necesară schimbarea la 180 de

grade a modului în care să asigurăm managementul clienților noștri corporate. Acesta este un atu unic. Considerăm că nu este puțin lucru, că nu este ușor de atins și că este deosebit de important, în spate aflându-se o experiență câștigată în peste 18 de ani de experiență, dar și multiple investiții, precum:

- Implementarea unui **software CRM și producție** avansat, care a făcut posibilă obținerea atât feedback-uri pozitive de la diverși clienți corporate. Practic în ultimii 5 ani nu am avut nici măcar cel mai mic incident, încurcătură, întârziere la livrare sau produse neconforme.
- Verificarea fișierelor grafice pentru zero neconformități și pentru eliminarea totală a erorii umane se realizează cu software-ul de DTP Enfocus Switch, pentru care avem singura licență completă din țară – investiție licență, implementare și training – cca 30.000 euro (<https://www.printman.eu/software/enfocus-s-switch/>). Practic, dacă un grafician cu peste 10 ani de experiență verifică de regulă doar circa 10 criterii de bază și într-un interval de circa 10-15 minute per fișier (culori RGB, bleed, semne de tăiere, scris la negru, rezoluție poze 300 dpi, etc), softul de prepress Switch complet automatizat poate

verifica și 100 de criterii în câteva secunde. Astfel se obține o importantă eficientizare a costurilor de producție aferente proceselor de pregătire a tiparului, se elimină complet orice eroare umană și se obțin implicit produse 100% conforme.

- Soft de proiectare structurală display-uri Esko Artioscad 3D (considerat ca fiind cel mai performat – cost licențiere și training cca 30.000 euro).
- Soft de proiectare ambalaje ELIPACK, ce asigură rapiditate de lucru și o maximă exactitate necesară ambalajelor pentru o foarte bună închidere.
- Soft de gestionare a culorilor metalizate ColorLogic (singura licență din țară), ce permite obținerea celei mai apropiate interpretări a culorilor de brand, în culori cu efect metalizat.
- Account cu experiență de peste 10 în domeniu și în cadrul companiei noastre. Răspunsurile la orice solicitare au fost avizate și asigurate instant, prin cunoașterea detaliată a tuturor produselor. Astfel, nu de puține ori au fost obținute eficientizări ale costurilor pentru anumite produse.
- Graficieni cu peste 20 de experiență în domeniu și în cadrul companiei noastre,

astfel încât să putem asigura cele mai bune standarde de calitate și siguranță. Toate programele de grafică sunt licențiate pentru cea mai nouă versiune și utilizate în variantă full package, astfel încât să avem fișiere 100% conforme.

În anul 2019 ați obținut cea mai exigentă certificare din industria tipografică – FOGRA.

Ce reprezintă acest lucru?

Certificarea FOGRA, garantează respectarea celor mai exigente cerințe pe tot parcursul procesului de tipar, de la setarea parametrilor fișierului grafic, măsurarea colorimetriei pentru obținerea de culori constante pentru tot tirajul, calibrarea corectă a echipamentelor de tipar și până la controlul de calitate final. Obținerea unui nivel constant al culorilor între job-urile de print reprezintă o prioritate pentru noi astfel încât să putem să **garantăm reproducerea corectă a culorilor corporate**. Acest aspect atât de important pentru toate companiile ce își doresc respectarea culorilor de brand pe toate materialele, a fost urmărit prin obținerea certificării de proces FOGRA. Mai multe detalii certificări,





aici: <https://www.tipografia-global-print.ro/certificari-tipografia-global-print>

Ne mândrim cu faptul că ne numărăm printre puținele tipografii din România care au reușit să obțină, încă din anul 2019, cea mai exigentă certificare din industria tipografică – FOGRA. Am reușit să obținem cea mai râvnită certificare din industria tipografică la nivel worldwide, ca o dovadă de bune practici și a investițiilor realizate în echipamente top rage exclusiv noi. Apartenența la acest grup de elită din industria tipografică europeană reprezintă pentru noi cea mai mare realizare, pentru faptul că vom putea dezvolta în continuare relații de cea mai bună calitate cu beneficiarii noștri. Ca și principalele atuuri și beneficii oferite clienților noștri, putem evidenția:

Certificarea Fogra reprezintă nu doar o garanție a calității constante, ci și o confirmare a nivelului tehnic și de know-how al procesului de producție. Practic, lunar se transmit teste de print la laboratorul de analiză colorimetrică din München, în vederea menținerii certificării. În

măsura în care echipamentele de tipar nu ar fi menținute la cel mai înalt standard și nu ar fi respectate toate rigorile procesului de producție, produsele realizate ar fi considerate sub standard și ar fi retrasă certificarea.

Reproducerea exactă a culorilor Pantone conform identității de brand este una dintre provocările majore ale industriei tipografice. Pentru atingerea celor mai bune performanțe în acest sens este necesară respectarea riguroasă a tuturor cerințelor în procesele de proiectare, tipar și control al calității, dar nu în ultimul rând și de cele mai noi tehnologii de tipar și software, capabile de înaltă performanță.

Certificarea FOGRA garantează respectarea celor mai exigente cerințe pe tot parcursul procesului de tipar, de la setarea parametrilor de fișierului grafic, măsurarea colorimetrică pentru obținerea de culori constante pentru tot tirajul, calibrarea corectă a echipamentelor de tipar - până la controlul de calitate final. Obținerea unui nivel constant al culorilor între job-urile

de print reprezintă o prioritate pentru noi astfel încât să putem să garantăm reproducerea corectă a culorilor corporate. Acest aspect atât de important pentru toate companiile ce își doresc respectarea culorilor de brand pe toate materialele a fost urmărit prin obținerea certificării de proces FOGRA. Mai multe detalii despre certificări, aici: www.tipografia-global-print.ro/certificari-tipografia-global-print

Cu ce furnizori de produse, materii prime și echipamente aveți parteneriate?

În general am urmărit să ne asociem activitatea cu liderii în domeniu, astfel încât să putem transfera avantaje competitive precum calitatea materialelor, operativitatea și eficientizarea costurilor către beneficiarii noștri finali. Pe parcursul celor peste 18 ani de activitate, am dezvoltat parteneriate cu cei mai importanți furnizori de tehnologie tipografică, software, service utilaje de producție și bineînțeles materie primă.

“
Suntem deja în proces de dezvoltare a celui mai complex proiect de web to print în valoare de circa 200.000 euro, care va însemna o platformă online pentru clienții de tip B2C din România dar și din alte țări din Europa.

De-a lungul timpului ați avut foarte mulți clienți. Care au fost cei mai importanți?

Numărul clienților a crescut continuu, asemeni cifrei de afaceri per client și gamei produselor contractate. Apreciem că numărul total de clienți este de circa 500, mare parte dintre clienții care ne-au preferat de-a lungul timpului sunt nume sonore, ca drept exemplu amintim: CEZ România, Engie, Telekom România, Altex, Media Galaxy, Arctic, Trotter Prim (City Grill), Lyonnese, Mercedes România, Autoklass, Paralela 45, Adeplast, Baumit România, Germanos Telekom, Agricover, McDonald's, Proges, Saint Gobain - Rigips, Tarom, Onduline, Titan SA, Deloitte, Dedeman, Depanero, F64, Tema Retail (Waikiki), Ausburg International, Eurolines, Kaufland România, Smartree, Cegeka, Hidroelectrica, Divinol Lubrificants, Brady Trade (Škoda), Eurolines, Proenerg, Otter Distribution, Samsung România, OMV - Petrom, ERGO Asigurări, Generali România, Uniqa Asigurări, Gothaer Asigurări, Allianz Țiriac, BCR, ProCredit Bank, Up România, Soudal, Philips, etc.

Aveți și o activitate de export. În ce state și cu ce produse?

Până în prezent am realizat activități de export în Germania, Franța, Spania, Italia, Irlanda, Elveția, Ungaria, Cehia. Avem discuții avansate pentru a crește volumele de export în anii următori atât prin creșterea rulajelor cu beneficiarii actuali, dar și prin accesarea de noi piețe din Uniunea Europeană.

Ați participat la multe târguri internaționale de profil și ați văzut unde se îndreaptă cererea. Ce potențial de creștere există în industria tipografică din România?

În mod cert s-a creat un trend de optare pentru produse tipărite cu un cât mai mic impact asupra mediului. Marile companii și din ce în ce mai multe afaceri locale prioritizează implementarea principiilor etice în cadrul activităților curente și totodată doresc să transforme acest efort într-un excelent mijloc de branding.

Și în România pungile și ambalajele din carton încep să fie preferate, în detrimentul plasticului, fiind cunoscut faptul că hârtia și cartonul pot fi reciclate de până la 7 ori.

În zona display-urilor, este solicitată totodată creșterea calității atât în ceea ce privește creșterea rezistenței la greutatea mai mari, a rezistenței la manipulare și implicit în timp. Ne-am focusat pe atingerea acestor deziderate, astfel încât să producem în acest moment floor display-uri din carton ondulat cu rezistența de până la 25 kg per poliță și/sau din HDF cu rezistența de până la 50 kg per poliță:

- Proiectarea structurii se realizează cu soft dedicat proiectării de display-uri – Esko Artioscad 3D (considerat ca fiind cel mai performant). Softul compensează corect grosimea cartonului la plieri, acest lucru având ca rezultat obținerea de pereți de susținere drepecți (fără curbări ce duc la pierderea rezistenței).

- Acest soft ne-a permis să realizăm anumite soluții inovative de obținere a unor elemente de armare sub fiecare tavă și în footer, astfel încât să se atingă maximul de rezistență pentru carton ondulat. Avem deja experiență în ceea ce privește realizarea de display-uri cu rezistența de 25 kg per poliță, acestea fiind testate cu succes în sarcină maximă.

- Ștanțarea se realizează cu echipamente Elitron și Esko Kongsberg, dotate cu 2 punți robotizate (se dublează productivitatea).

- Aplicarea adezivului industrial se realizează automatizat cu ajutorul unui router digitalizat, ce aplică extrem de rapid adezivul industrial, astfel încât lipirea să fie realizată în intervalul de cca 60 sec, atât cât are adezivul timp de maximă eficiență.

Astfel, pereții laterali, spatele și tăvile vor avea o putere mai mare de portanță.

- Odată aplicat adezivul, lipirea elementelor nu se face manual ci cu ajutorul unei prese de tip conveyor, astfel încât întreaga suprafață să fie lipită. Și aici se obține un important plus cu privire la rezistența la greutate.

- Pereții laterali și spatele display-urilor sunt realizate dintr-o bucată, datorită faptului că echipamentele de print și finisare au dimensiuni de 2 x 3 m, atât cât este o coală standard de carton ondulat. Și acest aspect este foarte important pentru obținerea unei rezistențe de 100-125

kg/display din carton ondulat.

O altă direcție în care cred cu tărie este cea a canalului de vânzare online, ce poate facilita atât preluarea comenzilor de la clienți mici și persoane fizice, dar în aceeași măsură poate eficientiza substanțial relația cu partenerii clienți de talie mare. Ca o dovadă în acest sens, putem preciza că suntem deja în proces de dezvoltare a celui mai complex proiect de web to print în valoare de circa 200.000 euro, care va însemna o platformă online pentru clienții de tip B2C din România dar și din alte țări din Europa. Astfel, va fi totodată posibilă asigurarea de importante beneficii și optimizări ale timpilor de gestionare a comenzilor de tipar și pentru clienții de nivel corporat, dar și a costurilor aferente. Pe platforma online se va realiza un cont de client special pentru fiecare client corporat. În aria de client se vor regăsi ca și produs ce poate fi adăugat în coș, fiecare fișier grafic aferent produselor dumneavoastră. Va fi disponibil și un editor avansat pentru schimbarea spre exemplu a numelui și datelor de contact pentru cărțile de vizită ale colegilor noi. Se va putea seta până la cel mai mic detaliu, ce anume poate fi schimbat și ce nu. Spre exemplu la adresa de email, nu se vor accepta decât emailurile cu terminația @corporatie.ro, astfel încât să nu se poată adăuga emailuri personale. În plus, se va putea adăuga un nivel sau mai multe nivele de aprobare, atât cu privire la layout cât și la cantitatea comandată de angajați. Se va emite o factură lunară centralizată cu detalii complete anexate și totodată vor fi posibile raportări detaliate la nivel de produs per lună/an sau la nivel de sucursală, punct de lucru, franciză, etc. Astfel, costurile se vor ține sub control strict și deciziile privind managementul bugetelor de print vor fi luate în totală cunoștință de cauză, având toate informațiile prezentate organizat. Se va putea reduce drastic și costul aferent personalului care nu mai trebuie să gestioneze și să centralizeze „manual” multiple cereri pentru zeci sau sute de produse, solicitate de către toate punctele de lucru ale clienților, situate în toată țara. Bineînțeles, se vor putea crea o serie de subconturi de utilizator, pentru fiecare putându-se seta un set de drepturi de acces, vizualizare (spre exemplu fără prețuri) și aprobare (marketingul aprobă



layoutul și achizițiile aprobă coșul ca și cantitate de produse, funcție de cum consideră dacă sunt necesare sau nu produsele din coș). Astfel, bugetele sunt ținute în control strict, sunt limitate abuzurile și risipa, iar deciziile de management vor fi mai ușor de adaptat pentru optimizare și eficientizare.

Folosiți cerneală ecologică, pe bază de apă. Ce impact are acest lucru asupra protecției mediului?

Materialele tipărite cu cerneala ecologică utilizate spre exemplu de printerul Durst P5 250WT, sunt în proporție de până la 100% reciclabile și cu impact zero cu privire la mediu. Aceste cerneluri utilizate au primit multiple certificări privind siguranța în utilizarea lor, inclusiv pentru industria alimentară din Statele Unite, Europa și Elveția, dintre care putem evidenția certificările: UL ECOLOGO, REACH, TOSCA, California Proposition 65, "Swiss Ordinance for food packaging requirements" (Ordonanța

elvețiană referitoare la cerințele pentru ambalarea alimentelor), Nestlé Standards on Materials in Contact with Food, GMP-compliant Primary Food Packaging. Obținerea acestor extrem de exigente și dificil de obținut certificări au fost posibile datorită cernelii pe bază de apă, care este lipsită de substanțe cu grad ridicat de risc (SVHCS), de substanțe volatile (VOC), de ftalați sau alți plastifianți, nu conține uleiuri minerale, folosește pigmenți organici lipsiți de metale grele, nu conține substanțe de origine animală și beneficiază de un mod de ambalare capsulată ce previne contactul direct cu cerneala.

Ați început demersurile pentru obținerea certificării de sustenabilitate și bună guvernanta a afacerilor ESG (environmental, social and corporate governance). Cum se reciclează în industria tipografică?

Da, aici discutăm de un deziderat extrem de ambițios, care cuprinde toate eforturile realizate în

direcțiile de eficientizare a proceselor de producție, de protecție a mediului natural dar și social și nu în ultimul rând a modului de organizare a întregului business după reguli de guvernanta corporatistă care respectă reguli de etică foarte clar definite. Ne dorim să reușim să fim una dintre primele tipografii din România care reușește să obțină un punctaj pozitiv, au fost realizate deja destul de multe în acest sens, dar cu siguranță mai sunt de parcursi pași importanți. Este posibil ca o astfel de reușită să nu fie posibilă mai devreme de 2025.

“**Planul actual de dezvoltare vizează 2 mari direcții, cea corporate unde se va pune accent pe ambalaje și POSM display dar și cea a retailului online prin implementarea celor mai avansate tehnologii de commerce de tip web to print.**

Ce strategie de investiții aveți în următorii ani?

În următorii ani ne dorim să creștem cuantumul și să accelerăm ritmul investițiilor realizate, în special în direcția ambalajelor și a display-urilor de tip POSM, dar fără să fie neglijate segmentele tiparului offset și a tiparului comercial în general. Vizăm instalarea unei mașini de tipar offset în format 70X100 cm, de nouă generație, care să includă cele



mai avansate opțiuni de operare și automatizare a proceselor de schimbare a plăcilor, astfel încât să obținem timp minim între diversele lucrări. Dezideratul fiind ca în următorii 3 ani să reușim să demarăm și să implementăm investiții de circa 6 milioane de euro, va fi necesară o susținere a planurilor de dezvoltare atât din resurse proprii cât și prin accesarea de programe de finanțare europeană.

Unde vă vedeți peste 5 ani, ca dimensiune a business-ului, anvergura clienților și poziționarea în piață?

Planul actual de dezvoltare vizează 2 mari direcții, cea corporate unde se va pune accent pe ambalaje și POSM display dar și cea a retailului online prin implementarea celor mai avansate tehnologii de commerce de tip web to print.

Facilitatea actuală de producție are o suprafață de 1.000 mp și beneficiază de o foarte bună izolare termică și de cele mai noi tehnologii de eficientizare energetică și protecție a mediului, precum panouri solare și pompe de căldură. Astfel, fiind o hală nouă dotată complet este asigurată în mod sustenabil și la costuri reduse o temperatură stabilă de 22-23 de grade și foarte important o umiditate constantă pentru depozitarea corectă a hârtiei și produselor clienților noștri. Alte aspecte generale, dar de impact asupra facilităților noastre de producție:

- Pentru viitor vom intensifica eforturile de

protecție a mediului, prin suplimentarea panourilor fotovoltaice cu încă 100 KW, prin adăugarea la certificările actuale FOGRA, FSC, ISO 9001, 14001 și 18001, a certificării FSSC/BRC ce garantează respectarea rigorilor impuse de industria de food.

- Obținerea certificării de sustenabilitate și bună guvernanta a afacerilor ESG.
- Extinderea spațiului de producție prin amenajarea unei noi hale de circa 1.500 mp, din complexul logistic în care funcționăm în acest moment, la aceleași standarde de eficiență energetică și sustenabilitate dpdv al mediului.

Ce sfaturi le oferiți antreprenorilor aflați la început de carieră? Ce calități sunt necesare pentru un parcurs profesional consistent?

Primul pas este să îți asume să fie întreprinzatori și să treacă la acțiuni concrete de antreprenoriat. Oricât de pregătiți ar fi, cel mai importat pas este acela al trecerii la acțiune. Drumul către un business antreprenorial de succes implică multiple calități, dar dacă ar fi să extragem esențialul, cred că acesta ar putea fi asumarea riscului și perseverența, indiferent de câte ori apare gândul de renunțare.

Ce credeți că ar trebui să facă actualul Executiv pentru a moderniza administrația, a reduce birocratia și a stimula mediul de afaceri?

În acest moment, capitalul românesc este regăsit într-un raport nepermis de mic pentru o națiune independentă. Focusul reprezentanților statului ar trebui să fie îndreptat către crearea premiselor de dezvoltare a afacerilor cu capital românesc și da, fără niciun fel de reținere, trebuie gândite mai multe și mai consistente scheme de ajutor de stat, programe de finanțare bancară subvenționată și de garantare a creditării. Nu în ultimul rând, o foarte utilă soluție ar fi scăderea taxării pe muncă, aceasta fiind printre cele mai mari din Europa, în condițiile în care taxarea capitalului (preponderent străin) este una dintre cele mai mici din Europa. Această dezechilibrare reprezintă una dintre problemele fundamentale actuale și da, trebuie reglată prin pârgii de stat, altfel capitalul românesc va fi în continuare fără mari șanse de a atinge procente de 20-30% din PIB, procent absolut normal și necesar pentru un stat suveran.



Contact Global Print:

email: office@globalprint.ro

tel: 0755.808.909

web: www.tipografia-global-print.ro

aliman

UNICITATE, PASIUNE,
ISTORIE ȘI ELEGANȚĂ



ALIRA
WINE OF ROMANIA

www.alira.ro

Oferim afacerilor un avantaj competitiv semnificativ

Interviu cu Andrei Cojanu, COO Zenko AI

Zenko AI și-a lansat de curând filiala din România. Care este proiectul revoluționar în domeniul inteligenței artificiale pe care-l desfășurați? Cu ce veniți în plus și care este valoarea pe care doriți să o aduceți societății?

Recent, Zenko AI și-a extins operațiunile în România, un pas strategic în evoluția noastră globală. Inima inovației noastre în domeniul inteligenței artificiale constă în dezvoltarea unei noi forțe de muncă digitale, capabilă să preia sarcinile repetitive și să elibereze potențialul uman pentru activități mai complexe și creative.

CREAREA FORȚEI DE MUNCĂ DIGITALE:

Automatizarea Sarcinilor Repetitive: Unul dintre obiectivele noastre cheie este de a automatiza sarcinile repetitive și timpul intensiv prin soluții AI personalizate. Aceasta include activități cum ar fi prelucrarea datelor, răspunsurile la întrebările clienților și administrarea de zi cu zi, permițând angajaților să se concentreze pe sarcini cu valoare adăugată mai mare.

Eficiențizarea Proceselor de Afaceri: Prin utilizarea inteligenței artificiale, companiile pot optimiza procesele, reducând erorile și crescând eficiența generală. Acest lucru duce la economii semnificative de timp și resurse, permițând companiilor să realoce resursele unde este cel mai necesar.

Adaptabilitate și Scalabilitate: Soluțiile noastre AI sunt proiectate să fie adaptabile și scalabile, potrivindu-se nevoilor în schimbare ale afacerilor. Ele pot fi ușor personalizate pentru a se potrivi cerințelor specifice ale diferitelor industrii și sectoare.

Beneficii Sociale Mai Largi: Dincolo de avantajele corporative, această abordare are beneficii sociale extinse. Automatizarea

sarcinilor repetitive poate duce la un mediu de lucru mai satisfăcător pentru angajați și poate contribui la o societate mai echilibrată, unde oamenii au mai mult timp pentru activități personale și dezvoltare. Angajamentul Nostru în România: În România, ne angajăm să implementăm aceste soluții AI avansate, ajutând companiile locale să transforme modul în care lucrează și să crească eficiența operativă. Ne concentrăm pe a aduce inovații care să aibă un impact pozitiv semnificativ atât la nivel de afaceri, cât și la nivel societal.

Doriți să implementați instrumente AI avansate, cum ar fi Agentul pentru Customer Support, Agentul de Cercetare și Departamentul autonom de Marketing. Ce avantaje au fiecare din aceste soluții?

Implementarea acestor instrumente AI avansate - Agentul pentru Customer Support, Agentul de Cercetare și Departamentul autonom de Marketing - va aduce avantaje semnificative pentru companii, de la îmbunătățirea eficienței operaționale și a calității serviciilor, la facilitarea unor decizii strategice mai informate și eficiente. Zenko AI se angajează să ofere aceste soluții inovatoare pentru a răspunde nevoilor complexe ale afacerilor moderne.

AGENTUL PENTRU CUSTOMER SUPPORT:

Eficiență Îmbunătățită în Serviciul pentru Clienți:

Acest agent AI este proiectat să gestioneze un volum mare de interacțiuni cu clienții, oferind răspunsuri rapide și precise. Aceasta permite echipei umane să se concentreze pe cazurile mai complexe, îmbunătățind astfel eficiența generală a

serviciului pentru clienți.

Disponibilitate Non-Stop: Fiind un sistem automatizat, Agentul pentru Customer Support poate oferi asistență clienților 24/7, asigurând o experiență constantă și accesibilă pentru clienți, indiferent de fusul orar.

Personalizare și Învățare Continuă: Datorită algoritmilor avansați de învățare automată, agentul se poate adapta la nevoile și preferințele specifice ale clienților, personalizând interacțiunile în timp.

Exemplu Practic: Înmatricularea Mașinii:

Situația: Să presupunem că trebuie să mergi la o instituție a statului pentru a înmatricula o mașină și ai nevoie să faci un dosar.

Soluția AI: Utilizând Agentul nostru pentru Customer Support, procesul devine extrem de simplu. Scanând un cod QR, vei deschide o nouă conversație în WhatsApp, unde vei fi conectat instant cu agentul nostru AI.

Acesta îți va explica întregul proces, îți va ghida pașii către ghișeele potrivite, îți va furniza și ajuta să completezi corect toate documentele necesare.

Beneficiul: Acest sistem nu doar simplifică procesul, dar și reduce timpul petrecut așteptând la cozi și elimină confuzia frecvent asociată cu birocrăția.

AGENTUL DE CERCETARE:

Acces Rapid și Eficient la Informații: Acest agent AI poate procesa și analiza rapid o mare varietate de date și surse de informații, economisind timp valoros în procesul de cercetare.

Capacitate de Sinteză și Analiză: Poate sintetiza cantități mari de date pentru a extrage insights relevante, facilitând luarea deciziilor bazată pe date și înțelegerea tendințelor complexe.

Sprjin în Inovație: Agentul de Cercetare este un instrument valoros pentru echipele de dezvoltare și inovație, furnizând informații care pot stimula noi idei și direcții



în proiectele de cercetare și dezvoltare.

Exemplu de Utilizare în Cercetare:

Situația: Considerăm necesitatea realizării unei lucrări de cercetare, un proces care tradițional ar putea dura o săptămână.

Soluția AI: Agentul nostru de Cercetare poate accesa internetul și genera rapoarte pentru orice subiect de studiu în doar 30 de minute. Utilizând algoritmi avansați de predicție și de identificare a similarităților, agentul poate aborda și rezolva probleme complexe care anterior nu aveau o soluție clară.

Beneficiul: Această capacitate de a sintetiza rapid informații relevante și de a produce rapoarte detaliate economisește timp valoros pentru cercetători, facilitând progresul rapid în domeniile lor de studiu.

DEPARTAMENTUL AUTONOM DE MARKETING:

Automatizare și Eficiență: Integrarea unui departament complet autonom de marketing AI în operațiunile unei companii poate automatiza multe dintre sarcinile repetitive și consumatoare de timp, cum ar fi analiza trendurilor, crearea de conținut și gestionarea campaniilor.

Decizii Bazate pe Date: Prin analiza avansată a datelor și modelelor predictive, departamentul autonom de marketing poate îmbunătăți strategiile de marketing, personalizând campaniile și crescând ROI-ul.

Scalabilitate și Adaptabilitate: Un astfel de

departament poate scala eficient activitățile de marketing în funcție de cerințele și obiectivele în schimbare ale afacerii, adaptându-se rapid la noile tendințe de piață și comportamentul consumatorilor.

Exemplu de Utilizare: Crearea unui Video Promoțional Viral:

Nevoia Afacerilor: Multe companii aspiră să creeze conținut video viral pentru a-și promova produsele sau serviciile, dar adesea se confruntă cu provocări legate de înțelegerea trendurilor curente și a celor mai eficiente abordări.

Soluția AI: Departamentul Autonom de Marketing al Zenko AI este echipat să abordeze această nevoie printr-un proces complet automatizat:

- **Analiza Trendurilor:** Inițial, agenții noștri AI vor analiza tendințele în nișa specifică, studiind conținutul creat de alți influenceri și identificând elementele cheie care contribuie la viralitate.
- **Crearea Scriptului:** Bazându-se pe aceste informații, agenții vor genera un script detaliat pentru videoclip, asigurându-se că acesta se aliniază cu cele mai recente tendințe și preferințe ale publicului țintă.
- **Producția Video:** Scriptul este apoi transmis unui alt model AI, responsabil cu producerea efectivă a videoclipului, rezultând un conținut de înaltă calitate și atractiv.
- **Postare și Monitorizare:** Odată ce videoclipul este creat, alți agenți AI se ocupă de distribuirea acestuia pe diverse

canale de comunicare și monitorizează performanța sa. Aceștia oferă rapoarte detaliate și învață din rezultate pentru a optimiza continuu strategiile de marketing.

Îmbunătățire Continuă: Cu fiecare campanie realizată, agenții AI acumulează mai multe date și experiențe, devenind tot mai eficienți și adaptându-se pentru a răspunde nevoilor în schimbare ale pieței și ale consumatorilor.

Departamentul Autonom de Marketing al Zenko AI reprezintă o revoluție în modul în care companiile pot aborda marketingul digital. Prin automatizarea procesului de creație a conținutului și adaptarea continuă la tendințe, oferim afacerilor un avantaj competitiv semnificativ, permițându-le să se concentreze pe alte aspecte ale afacerii lor în timp ce noi gestionăm eficient campaniile de marketing.

În ce sectoare economice credeți că vor fi mai solicitate serviciile și produsele dumneavoastră?

Scopul principal al Zenko AI este de a oferi soluții care aduc valoare într-o gamă largă de sectoare economice. Ne concentrăm pe crearea de servicii universale, care să poată fi adaptate și implementate în diverse domenii de activitate.

AUTOMATIZAREA ÎN MARKETING:

Servicii Diverse pentru Marketing: Unul dintre principalele noastre domenii de interes este automatizarea departamentelor de marketing. Dezvoltăm agenți specializați capabili să execute o varietate de funcții esențiale, de la crearea de conținut și analiza trendurilor, la testarea A/B și gestionarea campaniilor de promovare. Acești agenți sunt proiectați să optimizeze eficiența și să maximizeze impactul activităților de marketing.

SUSTINEREA ÎN CUSTOMER SUPPORT:

Agenți pentru Customer Support: Un alt domeniu în care vedem un potențial semnificativ este în departamentele de suport pentru clienți. Agenții noștri AI pot prelua o mare parte din sarcinile repetitive

și timp-intensive, precum răspunsurile la întrebările frecvente ale clienților, gestionarea solicitărilor și furnizarea de asistență continuă. Acest lucru nu doar îmbunătățește experiența clienților, dar și eliberează personalul uman să se concentreze pe cazurile mai complexe și pe interacțiunile de valoare.

Aplicabilitate Transversală:

Sectorul Financiar, Sănătate, Retail și

Alte: Viziunea noastră include adaptarea acestor soluții cu inteligență artificială pentru a se potrivi cu nevoile specifice ale diferitelor industrii, cum ar fi financiar, sănătate, retail, și multe altele. Fiecare sector are provocările sale unice, iar soluțiile noastre sunt concepute pentru a aduce îmbunătățiri semnificative, indiferent de domeniu.

Ce tehnologii și aplicații folosiți în prezent?

Utilizăm o gamă largă de tehnologii avansate și aplicații pentru a dezvolta și implementa soluțiile noastre AI. Printre cele mai importante tehnologii folosite se numără:

Învățarea Automată (Machine Learning) și Învățarea Profundă (Deep Learning):

Utilizăm algoritmi avansați de învățare automată și învățare profundă pentru a antrena modelele noastre AI. Acești algoritmi permit sistemelor noastre să învețe din date și să se adapteze în mod continuu, îmbunătățindu-și performanța în timp.

Procesarea Limbajului Natural (NLP):

Pentru a dezvolta agenți inteligenți capabili să înțeleagă și să proceseze limbajul uman, aplicăm tehnici de NLP. Aceasta include analiza sentimentelor, recunoașterea vorbirii și generarea de text.

Rețele Neuronale și AI Generativă: Folosim rețele neuronale, inclusiv GAN-uri (Generative Adversarial Networks) și modele de rețea neuronală convoluțională (CNN), pentru a genera conținut nou și pentru a efectua analize complexe de date.

Big Data și Analiză Predictivă: Integram tehnologii Big Data pentru a prelucra și analiza volume mari de date. Aceasta ne permite să efectuăm analize predictive și să obținem insights valoroase, care sunt cruciale pentru personalizarea și

îmbunătățirea soluțiilor noastre.

Automatizarea Robotică a Proceselor

(RPA): Aplicăm tehnologii RPA pentru a automatiza sarcini repetitive și procese operaționale, îmbunătățind eficiența și reducând erorile umane.

Cloud Computing și Servicii Cloud

Scalabile: Utilizăm platforme cloud pentru a asigura scalabilitatea, flexibilitatea și disponibilitatea constantă a soluțiilor noastre AI. Aceasta include utilizarea serviciilor de cloud public, privat și hibrid.

Interfețe API și Integrări de Sistem:

Dezvoltăm și folosim API-uri pentru a integra cu ușurință soluțiile noastre AI în sistemele existente ale clienților, asigurând o implementare fluentă și eficientă.

Combinăm aceste tehnologii de vârf pentru a crea soluții AI robuste, eficiente și adaptabile. Angajamentul nostru către inovație ne permite să oferim soluții personalizate care răspund nevoilor specifice ale clienților noștri și care aduc valoare adăugată semnificativă în diverse industrii și sectoare economice.

Pandemia a stimulat digitalizarea companiilor și a instituțiilor. Cum putem grăbi acest proces și educația digitală a antreprenorilor?

Pandemia COVID-19 a accelerat într-adevăr digitalizarea companiilor și instituțiilor, evidențiind nevoia urgentă de adaptare digitală și de educație în acest domeniu pentru antreprenori. Credem că soluția la această provocare se află în aplicarea inteligentă a inteligenței artificiale.

INTERACȚIUNEA CU CUNOȘTINȚELE PRIN INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ:

Personalizarea Educației: Inteligența artificială ne oferă acum posibilitatea unică de a interacționa direct cu cunoștințele. Prin utilizarea AI, putem adapta procesele de învățare la nevoile specifice și stilurile individuale ale antreprenorilor, oferind un mediu de învățare mult mai eficient și relevant.

Crearea de Mentori și Profesori AI:

Dezvoltăm modele AI complexe care pot funcționa ca mentori sau profesori virtuali.

Aceste sisteme pot ghida antreprenorii prin diverse aspecte ale digitalizării și ale utilizării tehnologiei în afaceri, oferind instrucțiuni personalizate, feedback și suport.

ADOPTAREA NATURALĂ A AI DE CĂTRE ANTREPRENORI:

Beneficii Clare pentru Afaceri:

Antreprenorii vor adopta această tehnologie în mod natural, deoarece beneficiile oferite de AI sunt semnificative. Utilizarea inteligenței artificiale poate duce la optimizarea proceselor, la o mai bună înțelegere a pieței și a comportamentului clienților, precum și la îmbunătățirea serviciilor pentru clienți.

Performanță Îmbunătățită a Afacerii:

Implementarea soluțiilor AI în operațiunile zilnice ale unei afaceri poate conduce la creșterea performanței și eficienței, permițând antreprenorilor să ia decizii mai informate și să răspundă mai rapid la schimbările din piață.

Educația digitală și adaptarea la tehnologiile emergente, precum inteligența artificială, sunt esențiale pentru antreprenorii moderni. La Zenko AI, ne angajăm să facilităm acest proces, oferind soluții AI care nu doar îmbunătățesc operațiunile de afaceri, dar și contribuie la educația și creșterea antreprenorială. Prin instrumentele noastre AI, antreprenorii pot face pași siguri și eficienți în era digitală, profitând de avantajele tehnologiei pentru a-și dezvolta afacerile.

Proiectul dumneavoastră este susținut de Facultatea de Automatică și Calculatoare din cadrul Universității Politehnica București. În ce constă acest sprijin?

Zenko AI are un parteneriat solid și valoros cu Facultatea de Automatică și Calculatoare din cadrul Universității Politehnica București, un parteneriat care joacă un rol crucial în dezvoltarea și evoluția noastră în domeniul inteligenței artificiale.

Colaborare pentru Inovație și Excelență:

Scopul Colaborării: Nucleul colaborării noastre este concentrat pe atingerea unor noi standarde în dezvoltarea de soluții avansate cu inteligență artificială. Lucrăm

împreună pentru a împinge limitele ceea ce este posibil în AI, combinând expertiza academică cu aplicabilitatea practică.

Descoperirea de Talente: Un aspect esențial al parteneriatului nostru este descoperirea și cultivarea de noi talente. Facultatea de Automatică și Calculatoare este un teren fertil pentru identificarea și formarea de specialiști excepționali în domeniul tehnologiei, oferindu-ne acces la oameni pasionați și dornici să excelleze în acest domeniu dinamic.

COLABORARE ÎN CERCETARE ȘI DEZVOLTARE:

Parteneriat cu Departamentul de

Cercetare: Începând cu anul 2024, vom extinde colaborarea noastră pentru a include și departamentul de cercetare-dezvoltare al facultății. Această cooperare ne va permite să lucrăm îndeaproape cu unii dintre cei mai mari experți în domeniile NLP (Procesarea Limbajului Natural) și LLM (Large Language Models).

Obiectivul: Scopul nostru este de a contribui la revoluționarea pieței AI nu doar în România, ci și la nivel global. Prin acest parteneriat, dorim să combinăm cercetarea academică de vârf cu aplicabilitatea industrială, creând soluții AI inovatoare care pot aduce schimbări semnificative în diverse industrii.

Unul dintre obiectivele principale ale companiei Zenko este acela de a crea o rețea solidă de parteneri, dezvoltatori și clienți. Pe ce piloni se bazează strategia de dezvoltare în următorii ani?

Unul dintre obiectivele principale ale Zenko AI este crearea unei rețele robuste de parteneri, dezvoltatori și clienți. Strategia noastră de dezvoltare pentru următorii ani se bazează pe mai mulți piloni esențiali:

COMUNITATE SOLIDĂ DE AFILIAȚI:

Sistem de Afiliere: Strategia noastră de vânzare se bazează pe o comunitate puternică de afiliați. În prezent, avem peste 400 de afiliați care ne aduc clienți prin recomandări.



Structura de Comision: Afiliații primesc un comision lunar între 10% și 45% din încasările provenite de la clienții recomandați. Rata comisionului variază în funcție de numărul de recomandări și valoarea contractelor.

Platformă pentru Afiliați: Oferim afiliaților o platformă avansată unde pot urmări progresul, pot învăța cum să vândă serviciile și produsele noastre, și pot accesa resurse educaționale.

LICENȚE LIMITATE ȘI EXCLUSIVITATE:

Număr Limitat de Licențe: Vom oferi 100.000 de licențe pentru afiliați la nivel global, menținând astfel un nivel de exclusivitate și calitate în rețeaua noastră.

Proces de Calificare Riguros: Pentru a obține o licență oficială de revânzător, afiliații trebuie să treacă printr-un training specializat și o evaluare. Acest proces asigură că partenerii noștri sunt bine pregătiți și aliniați cu standardele și valorile Zenko AI.

PARTENERIATE STRATEGICE ȘI EXTINDERE DE PIAȚĂ:

Colaborări și Parteneriate: Pe lângă programul de afiliere, ne concentrăm pe formarea de parteneriate strategice cu companii și organizații care pot aduce valoare adăugată afacerii noastre și pot ajuta la extinderea pe piațe noi.

Targetare și Diversificare: Ne propunem să abordăm diferite sectoare de piață și să diversificăm oferta de produse și servicii pentru a răspunde nevoilor variate ale clienților.

Strategia noastră de dezvoltare pentru următorii ani este centrată pe consolidarea unei rețele extinse și calitative de afiliați și parteneri, precum și pe extinderea globală prin oferirea de licențe și formarea de parteneriate strategice. Această abordare ne va permite să atingem un public mai larg, să creștem portofoliul de clienți și să ne consolidăm poziția pe piața globală de AI.

Ce condiții trebuie să îndeplinească un inginer software sau un alt specialist pentru a se alătura echipei dumneavoastră?

Pentru a se alătura echipei noastre dinamice și inovatoare de la Zenko AI, un inginer software sau orice alt specialist trebuie să îndeplinească un set de condiții esențiale care reflectă valorile și obiectivele companiei noastre:

COMPETENȚE TEHNICE SOLIDE:

Expertiză în Domenii Relevante: Candidații trebuie să aibă cunoștințe solide și experiență practică în domeniile lor de specializare, fie că este vorba de inginerie software, inteligență artificială, procesarea datelor sau alte domenii conexe.

Familiarizare cu Tehnologiile Emergente:

Este important ca potențialii membri ai echipei să fie la curent cu ultimele tendințe și tehnologii din industrie, cum ar fi învățarea automată, NLP, cloud computing și altele.

CAPACITĂȚI DE INOVARE ȘI REZOLVARE A PROBLEMELOR:

Abilitatea de a Gândi Creativ: Căutăm persoane care pot aduce idei noi și abordări inovatoare pentru a rezolva probleme complexe și pentru a contribui la dezvoltarea de soluții AI avansate.

Abordare Analitică: Capacitatea de a analiza și interpreta date complexe este crucială, deoarece munca noastră implică adesea lucrul cu seturi mari de date și algoritmi complecși.

COLABORARE ȘI ABILITĂȚI INTERPERSONALE:

Lucru în Echipă: Candidații trebuie să demonstreze abilități excelente de colaborare și comunicare, deoarece munca în echipă este fundamentală în proiectele noastre.

Adaptabilitate și Flexibilitate: Abilitatea de a se adapta rapid la schimbările de proiect și la mediile dinamice este esențială într-un domeniu în continuă evoluție ca al nostru.

Angajamentul față de Învățare Continuă: **Dezvoltare Profesională Continuă:** Candidații trebuie să fie dornici să învețe și să se dezvolte continuu, atât în domeniul lor de specializare, cât și în domenii adiacente sau emergente.

Valorizăm diversitatea de talente și perspective. Căutăm specialiști pasionați, dedicați și inovatori, care sunt gata să contribuie la evoluția tehnologiilor AI și să aducă un impact semnificativ în proiectele noastre. Prin alăturarea la echipa noastră, membrii au oportunitatea de a lucra într-un mediu stimulant, colaborativ și de a se dezvolta profesional într-unul dintre cele mai dinamice și interesante domenii ale momentului.

Cum vă motivați și stimulați echipa de angajați?

Motivarea și stimularea echipei noastre de angajați se bazează pe o abordare holistică

și inovatoare, care include nu doar recompense financiare, dar și oportunități de dezvoltare personală și profesională.

RECOMPENSE FINANCIARE ȘI PARTICIPARE LA PROFIT:

Sistem de Partajare a Veniturilor: În plus față de un salariu competitiv, fiecare angajat din companie primește acțiuni prin intermediul tehnologiei noastre Blockchain. Acest lucru îi implică activ în succesul și creșterea companiei.

OCSA (On Chain Smart Asset): La angajare, fiecare membru al echipei primește un OCSA, care le oferă acces la un Smart Contract. Acest contract le furnizează lunar un procent din încasările companiei, reflectând contribuția lor directă la succesul Zenko AI.

DEZVOLTARE PROFESIONALĂ ȘI PERSONALĂ:

Oportunități de Învățare Continuă: Încurajăm și susținem dezvoltarea continuă a abilităților și cunoștințelor angajaților noștri prin programe de training, workshop-uri și conferințe.

Mediu de Lucru Stimulant: Oferim un mediu de lucru care încurajează inovația, creativitatea și colaborarea, permițând angajaților să lucreze la proiecte de vârf și să experimenteze cu tehnologii noi.

CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ POZITIVĂ:

Recunoaștere și Aplicare: Valorizăm și recunoaștem contribuțiile individuale și de echipă, promovând o cultură de apreciere și respect reciproc.

Echilibru Muncă-Viață Personală: Suntem dedicați asigurării unui echilibru sănătos între viața profesională și cea personală a angajaților noștri, înțelegând că bunăstarea lor contribuie la succesul general al companiei.

Ne angajăm să oferim angajaților noștri nu doar stimulente financiare, ci și un mediu de lucru care susține creșterea profesională și personală. Prin participarea la profituri prin OCSA și promovarea unei culturi organizaționale pozitive, încurajăm fiecare membru al echipei noastre să se dezvolte și

să contribuie la inovațiile care ne definesc ca lideri în domeniul tehnologiei AI.

Cum vă protejați creațiile / drepturile de autor?

Protejarea proprietății intelectuale și a drepturilor de autor este o prioritate esențială, deoarece recunoaștem valoarea și importanța inovațiilor noastre în domeniul inteligenței artificiale. Pentru a asigura această protecție, adoptăm o abordare multi-fațetată:

Înregistrarea Drepturilor de Autor și a Brevetelor:

Documentație și Înregistrare: Ne asigurăm că toate creațiile, fie că sunt software, algoritmi sau alte forme de proprietate intelectuală, sunt documentate în mod corespunzător și înregistrate la autoritățile relevante pentru protecția drepturilor de autor și/sau brevetelor.

Protejarea Inovațiilor: Când este posibil, brevetăm inovațiile și tehnologiile pentru a preveni utilizarea neautorizată și pentru a menține controlul exclusiv asupra dezvoltărilor noastre.

ACORDURI DE CONFIDENȚIALITATE ȘI NDA-URI:

Parteneriate și Colaborări: În cazul parteneriatelor și colaborărilor, implementăm acorduri de confidențialitate (NDA-uri) pentru a proteja schimbul de informații sensibile și proprietatea intelectuală.

Angajați și Contractor: Toți angajații și contractorii Zenko AI sunt obligați să semneze acorduri de confidențialitate care protejează drepturile de autor și proprietatea intelectuală a companiei.

SECURITATEA DATELOR ȘI A INFORMAȚIILOR:

Sisteme de Securitate Avansate: Utilizăm sisteme de securitate de ultimă oră pentru a proteja datele și informațiile noastre, inclusiv creațiile și proprietatea intelectuală, împotriva accesului neautorizat sau a furtului.

Proceduri Stricte de Securitate IT: Implementăm proceduri stricte de securitate IT și instruiem în mod regulat

angajații noștri cu privire la cele mai bune practici pentru a asigura integritatea și confidențialitatea datelor și informațiilor.

MONITORIZAREA ȘI RESPECTAREA DREPTURILOR DE AUTOR:

Supravegherea Utilizării: Monitorizăm constant piața și utilizăm diverse metode pentru a detecta și a combate orice utilizare neautorizată a creațiilor noastre.

Ațiuni Juridice: În cazul încălcării drepturilor noastre de autor, suntem pregătiți să întreprindem acțiuni juridice corespunzătoare pentru a apăra și proteja proprietatea noastră intelectuală.

Ce strategie aveți pentru a vă extinde portofoliul de clienți?

Strategia noastră la Zenko AI pentru extinderea portofoliului de clienți se bazează pe creșterea și consolidarea programului Horus Sales Force. Acest program este esențial pentru atingerea obiectivului nostru de a ajunge la 100.000 de afiliați care vor vinde produsele și serviciile noastre.

UTILIZAREA PROGRAMULUI HORUS SALES FORCE:

Creșterea Rețelei de Afiliați: Ne concentrăm pe extinderea rețelei noastre de afiliați prin programul Horus Sales Force. Scopul este de a atinge un număr de 100.000 de afiliați global, care să fie capabili să ofere și să vândă eficient soluțiile noastre AI.

Strategie de Recrutare și Training: Pentru a recruta și a pregăti acești afiliați, implementăm un program de training robust și accesibil. Acesta asigură că toți afiliații noștri sunt bine informați despre produsele și serviciile noastre, înțelegând în profunzime modul în care acestea pot aduce valoare clienților.

Structură de Comision Motivantă:

Incentive Financiare: Oferim o structură de comision motivantă, cu rate între 10% și 45% din veniturile generate de clienții aduși, în funcție de numărul de recomandări și valoarea contractelor. Acest sistem de recompensare încurajează afiliații să fie proactivi și să atingă performanțe mai bune în vânzări.



Platformă Avansată pentru Afiliați:

Instrumente și Resurse pentru Vânzări:

Afiliaților le punem la dispoziție o platformă avansată unde pot urmări progresul și pot accesa materiale educaționale pentru a învăța cum să vândă mai eficient serviciile și produsele noastre.

OBȚINEREA LICENȚEI DE REVÂNZĂTOR:

Proces Riguros de Calificare: Pentru a obține o licență oficială de revânzător, afiliații trebuie să treacă printr-un proces de training și evaluare, asigurând astfel că reprezintă în mod adecvat standardele și calitatea Zenko AI pe piață.

Ce așteptări aveți din partea instituțiilor locale și centrale în privința procesului de digitalizare, ținând cont de cum au mers lucrurile până acum și de investițiile planificate în PNRR?

Așteptările noastre de la instituțiile locale și centrale în ceea ce privește procesul de digitalizare sunt optimiste, dar și realiste, având în vedere evoluțiile recente și angajamentele asumate prin PNRR.

IMPLEMENTAREA EFICIENTĂ A PLANURILOR DE DIGITALIZARE:

Utilizarea Fondurilor PNRR: Așteptăm ca instituțiile să utilizeze eficient fondurile alocate prin PNRR pentru a sprijini și accelera procesul de digitalizare. Este esențial ca aceste investiții să fie direcționate către proiecte care aduc

valoare adăugată semnificativă și care pot transforma digital sectorul public.

Transparență și Responsabilitate: Dorim să vedem o abordare transparentă și responsabilă în gestionarea acestor fonduri, cu un focus pe crearea de infrastructuri digitale solide și pe implementarea de soluții tehnologice inovatoare.

COLABORARE ȘI PARTENERIATE PUBLIC-PRIVAT:

Implicarea Sectorului Privat: Considerăm că o colaborare strânsă între sectorul public și cel privat este crucială. Instituțiile ar trebui să fie deschise la parteneriate cu companii din domeniul tehnologic, cum ar fi Zenko AI, pentru a beneficia de expertiza și inovațiile aduse de acestea.

Inițiative Comune: Așteptăm inițiative comune care să includă dezvoltarea de proiecte pilot, programe de formare și schimb de cunoștințe și expertiză.

ADAPTAREA LA NEVOILE COMUNITĂȚILOR LOCALE:

Soluții Personalizate pentru Nevoi Locale:

Este important ca instituțiile locale să fie implicate activ în procesul de digitalizare și să adapteze soluțiile tehnologice la specificul și nevoile comunităților pe care le servesc.

Feedback și Evaluare Continuă: Așteptăm ca instituțiile să fie receptive la feedbackul cetățenilor și să evalueze periodic progresul inițiativelor de digitalizare pentru a asigura alinierea acestora la obiectivele de dezvoltare durabilă.

INOVECO SRL aniversează 30 de ani de inovație și performanță în lumea afacerilor



INOVECO SRL sărbătorește cu bucurie 30 de ani de inovație și dezvoltare continuă, marcând o evoluție remarcabilă în proiectele ingineresti pentru infrastructura de mediu. Înființată în 1993, compania și-a construit o reputație solidă în domeniul mediului și al îmbunătățirilor funciare, oferind o gamă diversificată de produse și servicii inovatoare, bazate pe personal bine pregătit și management de excepție.

„Cea mai importantă investiție a firmei a fost, este și va rămâne investiția în capitalul uman. Compania și-a propus ca prin Valoarea Faptei să îmbunătățească viața angajaților și a clienților săi. Ne propunem ca parcursul viitor al firmei să consacre INOVECO SRL ca un nume de referință în domeniile în care activează”, declară **Valentin Feodorov, Director general al INOVECO SRL.**

INOVAȚIE ȘI TEHNOLOGII DE VÂRF ÎN PROIECTE COMPLEXE

Începuturile companiei au fost marcate de proiecte inovatoare și materiale speciale pentru construcții, însă evoluția sa a depășit

așteptările, conducând la realizarea unor proiecte complexe și integrate în perioada 2018 -2023. INOVECO SRL și-a adaptat constant strategia pentru a satisface cerințele din ce în ce mai sofisticate ale pieței, extinzându-și portofoliul pentru a include proiecte de amploare din domeniul protecției mediului precum depozite de deșeuri municipale și industriale și alte lucrări din sectorul de îmbunătățiri funciare, lucrări de construcții pentru drumuri, parcuri, piste aeroportuare, demolări, infrastructură pentru alimentare cu apă și canalizare, lucrări hidrotehnice, construcții civile și industriale, precum și lucrări speciale de construcții.

INOVECO SRL a reușit să integreze soluții de materiale de construcții ultramoderne precum materialele geosintetice, ajungând în 2023 la peste 60 de milioane de metri pătrați instalați în proiecte de autostrăzi, drumuri, căi ferate, poduri, depozite de deșeuri, precum și lucrări de impermeabilizare a canalelor de irigații. Materialele geosintetice nu contribuie doar la protejarea mediului, ci și la reducerea emisiilor de CO2 și la o utilizare mai eficientă a resurselor naturale limitate pe care le avem la dispoziție.



Centrul de Management Integrat al Deșeurilor – Roești, jud. Vâlcea

UN PORTOFOLIU COMPLEX PENTRU UN VIITOR SUSTENABIL

Portofoliul actual al companiei INOVECO SRL nu cuprinde numai construcții și materiale pentru construcții. Compania a dezvoltat o paletă extinsă de servicii și produse care includ tehnologii de compostare, echipamente de salubritate și soluții complete de irigații, reflectând adaptabilitatea și diversitatea competențelor echipei.

Prin departamentul dedicat tehnologiilor și echipamentelor pentru agricultură și mediu, compania se poziționează ca un partener de încredere pentru agricultorii din România. INOVECO SRL susține prin tehnologii moderne de compostare implementarea conceptului de Smart Agriculture și introducerea deșeurilor rezultate din agricultură și din fermele zootehnice în circuitul firesc al Bio Economiei Circulare. Prin portofoliul său, INOVECO SRL contribuie la dezvoltarea agriculturii sustenabile și eficiente din punct de vedere ecologic.

DESPRE INOVECO SRL

Punctul de plecare al activității INOVECO SRL, în urmă cu 30 de ani, a fost achiziția unei tehnologii de vârf, la acea dată, și anume două linii de extrudare pentru produse din polietilenă, de la firma NETLON din Marea Britanie, firma care a conceput geogriilele mono și bietirate. În jurul acestei producții care avea caracterul de flow business, firma și-a extins activitatea în alte domenii: agricultură, industria deșeurilor, tehnologii de mediu și construcții.

Activitatea de construcții a devenit preponderentă de-a lungul timpului și a condus la realizarea de venituri mai mari an de an, astfel încât în 2023, la ceas aniversar, firma depășește 40 milioane euro cifră de afaceri, iar indicatorii economici ne plasează în clasa A de performanță în conformitate cu criteriile bancare de evaluare.

De-a lungul acestor ani, INOVECO SRL și-a consolidat poziția de lider în industria construcțiilor din domeniul protecției mediului, dezvoltând un portofoliu impresionant de produse și servicii pentru a aborda provocările contemporane și a contribui la un viitor verde și sustenabil.



Impermeabilizare și montaj materiale geosintetice lac acumulare Ruia, Poiana Brașov, jud. Brașov

Stabilitatea prețului, într-o economie în continuă schimbare, este importantă pentru cumpărători

Interviu cu Daniela Jordanovski, Director Marketing și Achiziții, dm drogerie markt România.

Primul magazin dm drogerie markt a fost deschis în Germania în anul 1973. În România, dm drogerie markt a fost înființată în anul 2007, an în care a deschis prima filială în Timișoara, unde se află sediul central și centrul de distribuție. Astăzi numără 142 de drogherii în toată țara, peste 1.600 angajați și un online shop extrem de dinamic. Cum apreciați evoluția companiei în 2023?

Suntem încântați de această creștere semnificativă, datorată eforturilor constante depuse de echipa dm drogerie markt în România. Ne simțim privilegiați să avem susținerea și încrederea clienților noștri, care formează o comunitate solidă, precum și sprijinul partenerilor noștri în procesul de dezvoltare continuă. Valorile pe care le împărtășim ne îndeamnă să aducem în fiecare zi un plus în viațile noastre și să construim, împreună, un viitor sustenabil.

Potrivit bilanțului, în anul financiar care s-a finalizat în 30 septembrie 2023 ați avut o creștere de 58% față de anul anterior. Ce a stat la baza acestui succes?

Pe lângă continuarea planului de expansiune a drogheriilor din toată țara și modernizarea celor existente, în anul financiar 2022 - 2023 am lansat magazinul online dm.ro. Ne bucură interesul arătat pentru omnichannel-ul dm, dovadă și faptul că peste 7 milioane de persoane ne-au vizitat online, iar peste 350.000 de clienți și-au făcut un cont pe site sau în aplicație. Pentru că interesul nostru este să continuăm planurile de expansiune, investițiile în anul financiar 2022-2023 s-au



ridicat la peste 70 milioane lei. Mulțumim și colegilor din departamentele care se implică în buna desfășurare a acțiunilor din drogherii, în urma cărora am ajuns deja la 142 de filiale.

Planul de extindere continuă și în noul an financiar. Ne propunem deschiderea de noi filiale și modernizarea unora deja existente, dar și o extindere a depozitului central din

Timișoara cu 12.000 metri pătrați, investiție necesară datorită acestor creșteri. În acest context, planul de investiții pentru anul financiar 2023-2024 este unul complex, care are în vedere mai multe direcții. La nivel de buget, am alocat peste 100 milioane lei, care ne permite dezvoltarea sustenabilă a rețelei de magazine, dar și a centrului de distribuție și a sediului central.



Magazinul online al dm drogerie markt România a devenit funcțional în 20 septembrie 2022, iar gama de produse a fost adaptată la specificul țării noastre. Câte produse aveți acum listate? Ce categorii de produse sunt cele mai solicitate?

Magazinul online dm.ro se remarcă prin diversitatea sa, oferind clienților o gamă largă de produse pentru a răspunde tuturor nevoilor lor. În total, sunt peste 12.000 de articole disponibile, care acoperă categorii importante, cum ar fi îngrijirea feței și a corpului, machiajul, produsele pentru bebeluși, alimentele și produsele de curățare. O mare pondere în magazinul online o au produsele de marcă proprie, pentru care clienții optează în mod constant, deoarece le oferă calitate și prețuri competitive.

Ce zile ale săptămânii și ce perioade ale anului sunt cele mai aglomerate în magazinul online?

Ținând cont că abia am împlinit un an de când am lansat magazinul online dm.ro, ne-am bucurat de o creștere progresivă. Am observat, totuși, o tendință lunară de a avea mai multe comenzi în săptămânile doi și trei. Politica noastră de preț include și conceptul

MEREUAVANTAJOS, prin care ne angajăm să păstrăm neschimbate prețurile unor produse, timp de câte 4 luni. Acest lucru le oferă clienților stabilitate și o previziune a coșului de cumpărături. Conceptul MEREUAVANTAJOS este semnalat atât pe site, în aplicație, cât și la raft, pe etichetele produselor, având precizată data ultimei majorări. În urma implementării acestui concept, care a fost primit de cumpărători cu entuziasm, numărul de clienți a crescut cu peste 50%, confirmând că stabilitatea prețului, într-o economie în continuă schimbare, este importantă pentru cumpărători și le oferă încredere atât în planificarea bugetului propriu, cât și în promisiunea pe care o face dm prin acest program. Am observat că orele la care oamenii pun comenzi online, atât prin intermediul magazinului, cât și al aplicației de mobil, sunt foarte diferite. Unii preferă dimineața, alții mijlocul zilei, dar avem comenzi care vin și noaptea târziu. Fiecare se ocupă de cumpărături când îi permite programul.

În cât timp ajunge comanda unui client la adresa acestuia?

În general, timpul mediu de livrare este de 48 de ore, adică două zile lucrătoare. Deși procesarea comenzilor în această perioadă



„Magazinul online dm.ro se remarcă prin diversitatea sa, oferind clienților o gamă largă de produse pentru a răspunde tuturor nevoilor lor. În total, sunt peste 12.000 de articole disponibile, care acoperă categorii importante, cum ar fi îngrijirea feței și a corpului, machiajul, produsele pentru bebeluși, alimentele și produsele de curățare.

intensă este o provocare, suntem mândri să spunem că strategia noastră a avut succes și că suntem capabili să răspundem cerințelor clienților noștri. Feedback-ul pe care îl primim de la clienții noștri confirmă faptul că reușim să le oferim o experiență de cumpărare pozitivă. Suntem hotărâți să continuăm să dezvoltăm și să ajustăm acest proces pentru a asigura că suntem pregătiți să facem față oricăror provocări viitoare. Lucrăm constant pentru a ne crește capacitatea de procesare a comenzilor în perioadele mai aglomerate și pentru a asigura o experiență de cumpărare de înaltă calitate clienților noștri.

Cum vedeți evoluția acestei platforme de vânzare?

Modul în care a fost primit magazinul online de către clienți a fost o surpriză plăcută chiar și pentru noi. Ne-am așteptat la o creștere a comenzilor, însă acestea au depășit toate previziunile. Creșterea a fost incredibilă și exponențială, de la lună la lună și se menține. Pentru a veni cât mai mult în întâmpinarea nevoilor clienților noștri, îmbunătățim în permanență platforma și introducem atât noi produse, cât și noi funcții și informații. Scopul nostru este de a oferi clienților sesiuni de shopping relaxate și plăcute.

„Comand online din confortul casei mele!”



Care este profilul clienților dumneavoastră? Ce strategii aveți pentru atragerea altor clienți?

Clientul din mediul online are obiceiul de a se informa înainte de a face o achiziție și preferă să aleagă produse de calitate la un preț avantajos. El citește recenziiile produselor, verifică lista de ingrediente și alege produsul care i se potrivește cel mai bine. Totuși, există diferențe între clienții care fac comenzi direct pe platforma dm.ro și cei care folosesc aplicația pentru mobil. În general, aplicația este preferată pentru achiziții rapide și ușoare, la care clientul are acces, prin lista de produse favorite și istoricul său, cu navigare simplă și intuitivă. Pe de altă parte, atunci când alege să intre pe site, clientul petrece mai mult timp pentru research. Caută sfaturi și inspirație, citește și compară informații despre mai multe produse, urmărește recenziiile și evaluările acestora. Efectul ROPO (Research Online, Purchase Offline) este mai puternic pe platforma dm.ro, deoarece clientul se documentează pe site și apoi merge să vadă produsul în magazin, în special atunci când comandă pentru prima dată un produs de make-up sau beauty.

Una dintre valorile principale ale dm drogerie markt, la nivel de concern și la nivel local, este sustenabilitatea. Ce acțiuni de CSR ați avut în ultimii ani?

Printre cele mai dragi nouă se numără campania Giving Friday, inițiată în 2019. În fiecare an donăm 5% din încasările ultimei zile de vineri din luna noiembrie unei cauze

sociale, cu focus pe copii. O altă inițiativă de suflet este și „O sală de clasă ca acasă”, desfășurată alături de Procter & Gamble, prin care am renovat două săli de clasă din județul Timiș la standarde europene.

Cu o abordare diferită, Caravana sănătății, o campanie dedicată femeilor și sănătății acestora dintr-o perspectivă holistică, a fost o altă inițiativă cu care în cursul acestui an am ajuns mai aproape de comunitatea noastră din mai multe orașe ale țării. Am colaborat cu specialiști în nutriție, psihologi și make-up artiști, care au stat de vorbă cu cei care ne-au vizitat caravana și au oferit sfaturi utile.

Gestionarea corectă a deșeurilor și colectarea separată sunt alte două subiecte de interes când vine vorba despre implicarea în comunitățile locale. În parteneriat cu ADID Timiș (Asociația de Dezvoltare Intercomunitară Deșeuri Timiș), compania desfășoară o campanie de conștientizare în drogheriile din Timiș, dar și în sediul central, cu scopul de a distribui informații atât pentru clienți, cât și pentru comunitatea dm.

Implementarea stațiilor de reumplere a recipientelor pentru detergenții de rufe și vase BIO de la Planet Pure este o altă activitate sustenabilă a brandului, inițiativă premiată în 2023 cu trofeul de excelență de

către Piața Trade, în cardul conferinței CSR Excellence: Reset Targets. Produsele Planet Pure au la bază ingrediente și compuși proveniți din extracte de plante, iar ambalajele reutilizabile sunt compuse 100% din trestie de zahăr. Stațiile de reumplere permit reîncărcarea recipientelor cu detergent de haine sau de vase, diminuând achiziția mai multor ambalaje.

În calitate de partener oficial al Capitalei Culturale, dm drogerie markt susține arta, creativitatea, identitatea distinctivă a Timișoarei și frumusețea pe care cultura o aduce în orașul de pe Bega. Cum apreciați acțiunile autorităților timișorene și interesul comunității pentru evenimentele derulate pentru a promova titlul de “Capitală Europeană a Culturii”?

În calitate de partener oficial al Capitalei Culturale, susținem arta, creativitatea, identitatea distinctivă a Timișoarei și frumusețea pe care cultura o aduce în orașul care ne este casă. La începutul lunii februarie 2023, împreună cu artistul local Flaviu Roua, am realizat cea mai mare pictură pe mesh din România, folosind vopsele ecologice care purifică aerul. Lucrarea este formată din două portrete a câte 19 metri înălțime și este expusă pe clădirea Pasmatex, un loc emblematic pentru arta stradală din Timișoara. Ne-am implicat, însă, în multe alte feluri în susținerea orașului și al titlului pe care îl deține printr-o multitudine de evenimente - întâlniri live alături de creatori de conținut, ambasadori ai brandului, cât și fani ai acestuia, proiecte, concursuri și renovări ale magazinelor proprii. Mai mult, folosind canalele de comunicare, am promovat orașul de pe Bega în toată țara, pe de o parte prin intermediul Social Media, pe de cealaltă parte prin newsletterul dm și prin revista dm, distribuită în toate orașele în care sunt prezente magazinele noastre.

Compania dm drogerie markt a fost înființată în 1973, iar în România, lanțul de magazine este prezent de 16 ani, timp în care a evoluat constant, a creat peste 1.600 de locuri de muncă și a deschis 142 de magazine. În 2022, brandul a lansat, în România, magazinul online - dm.ro și aplicația de mobil dm-ul meu, expansiunea companiei fiind în continuare una din priorități.

Schlumberger[®]
seit 1842
MÉTHODE TRADITIONNELLE



Schlumberger Cuvée Klimt

O simbioză între artă și vin cu tradiție din 1842. Fiecare sticlă este marcată cu punctul de cramă, garanția celei mai înalte calități. Obținut prin metoda tradițională cu fermentare în sticlă și o perioadă de maturare de până la 24 luni.

Avem capacitatea de a gestiona orice tip de investiție

Interviu cu Arh. Ella Falcă, Managing Partner & Lead Architect, Pro Arhitectura

De unde pasiunea pentru arhitectură? Ce v-a determinat să alegeți această profesie nobilă?

Încă de mică, alături de tatăl meu, care și el este arhitect de profesie, am făcut primii pași în lumea fascinantă a arhitecturii. Am admirat mereu pasiunea cu care tatăl meu proiecta biserici și câtă fericire a adus oamenilor prin munca lui. Mi-am dorit să-i calc pe urme, să fiu la fel de puternică și să fac la fel de mult bine ca el. Așadar, lângă el am învățat ce înseamnă echilibrul dintre funcționalitate și formă, treptat dezvoltându-se viziunea și simțul realității, astfel m-am îndrăgostit de arhitectură ajutată de abilitățile mele spre științele exacte, dar și de talentul la desen.

Care sunt valorile pe care se bazează Pro Arhitectura?

Pentru noi, cele mai importante valori ale companiei sunt și cele pe care le descoperim în oamenii cu care interacționăm. Ne-am format pas cu pas în cei peste 18 ani de muncă și ceea ce ne reprezintă este punctualitatea, rapiditatea, disponibilitatea și onestitatea și corectitudinea, sunt unele dintre cele mai importante valori pe care le promovăm.

Ce servicii oferiți?

Suntem un birou de arhitectură cu sediul în Arad, însă oferim servicii clienților din toată țara. Clienții noștri știu deja că atunci când ne calcă pragul, le suntem alături de la începutul până la sfârșitul investiției, în tot ce înseamnă servicii și consultanță în domeniul proiectării. De la studii de fezabilitate, DALI (Documentație de avizare a lucrărilor de intervenție), proiectare, la obținerea autorizațiilor necesare și urmărirea implementării fiecărui proiect, la

rezolvarea diverselor probleme care pot apărea pe parcurs, le suntem alături clienților noștri. Avem în portofoliu proiecte mari și foarte mari, unele unicat la nivel de Europa de Est, altele fiind de-a dreptul cele mai mari din Europa.

Cum vă motivați echipa? Pe ce abilități puneți accent atunci când luați în considerare recrutarea de noi colaboratori?

Cred că într-o echipă este important să ne cunoaștem și să ne înțelegem reciproc nevoile. Cea mai bună motivare este strânsa legătură dintre noi. Încerc să creez o conexiune cu fiecare și îi încurajez să se cunoască și să se apropie și ei între ei. Petrec timp ascultându-i, comunicând cu ei, fiind acolo atât profesional, cât și la nivel uman. Când recrutez, prima întrebare pe care o adresez este aceea dacă sunt pasionați de ceea ce fac, pasiunea pentru arhitectură. Pentru mine, este important să știu că fiecare pune suflet în munca lui și nu pot empatiza cu oameni care sunt conduși de materialism. Când îți place ce faci, ieși un produs bun, altfel ești un om chinuit, care nu se poate integra într-o echipă în care primează pasiunea.

Care au fost / sunt clienții cei mai reprezentativi pentru care ați lucrat?

Îmi place să dezvolt relații de lungă durată, atât cu clienții, cât și cu furnizorii mei. Cred că munca bazată pe respect și onestitate creează parteneriatele cu adevărat importante. Avem în portofoliu clienți din retail cu care lucrăm de peste 14 ani, clienți din logistică și industrie cu care colaborăm de peste 15 ani. Câteva nume cu care ne mândrim: Lidl, Real, Obi, Dedeman, AFL, Maschio Gaspardo, CTP, VGP, Lukoil, Profi.

Județul Arad este în topul județelor industrializate din țara noastră, cu foarte multe fabrici și parcuri logistice. Care au fost cele mai complexe lucrări derulate de echipa voastră?

Cele mai complexe proiecte sunt acelea care încep din fașă, adică de la planul urbanistic zonal, apoi trec prin etapa de autorizatii de construire pentru rețele, autorizațiile de construcție propriu-zisă, ca la final să poată fi obținută autorizarea de funcționare din punct de vedere ISU. Bineînțeles, urmează apoi etapele de implementare, monitorizare, raportare. Complexitatea este dată de coordonarea echipelor de proiectare și de urmărirea execuției. În județ, dar nu numai, am realizat multe proiecte de mare anvergură pe parcursul celor peste 18 ani. Clienții noștri ne aleg pentru că știu că avem capacitatea de a gestiona orice tip de investiție.

Sunteți implicați în construcția celui mai mare parc fotovoltaic din Europa, care va fi amplasat pe o suprafață de peste 1.000 de hectare, în localitățile Grăniceri și Pilu din județul Arad. Care sunt provocările acestui proiect?

În cazul proiectelor mari și foarte mari, cum a fost și acest parc fotovoltaic, ne confruntăm, de multe ori, cu schimbări de legislație. Durează foarte mult ca timp să finalizăm întregul proiect, iar asta presupune să fim în permanentă conexiune la schimbările care se produc. A fost nevoie de o serie de reavizări, adaptări ale proiectului în funcție de modificările apărute, găsirea unor artificii și soluții noi care să-l facă funcțional din toate punctele de vedere, ținând cont și de nevoile și limitările fiecărei părți implicate.

În ce domenii există nevoie mai mare de serviciile arhitecților? Ce potențial de creștere există pe această piață, având în vedere nivelul statelor dezvoltate?

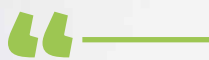
Europa este într-o continuă dezvoltare, la fel și România. Prin atragerea exponențială de fonduri din ultimii ani, dar și prin încrederea tot mai mare pe care o au dezvoltatorii de proiecte de mare anvergură, datorită susținerii de care se bucură la nivel european, serviciile noastre sunt foarte căutate. Sunt o mulțime de proiecte care pun accentul pe energie regenerabilă, sustenabilitate și dezvoltare durabilă. Bineînțeles, depinde mult de viziunea și posibilitățile financiare ale fiecărui client în parte, însă cu siguranță este destul loc de creștere.

Cine ar trebui să stimuleze cultura construirii de calitate?

Ca în orice domeniu, și în arhitectură o cultură sănătoasă este creată de toate părțile implicate, care împreună lucrează pentru a obține rezultate din ce în ce mai bune. Într-o lume ideală, arhitecții ar vorbi mai des și mai deschis despre importanța planificării și proiectării cu sens, autoritățile ar susține în mod coerent atât nevoile clienților, cât și pe cele ale arhitecților și clienții ar înțelege că nu se poate mereu să obținem cea mai bună calitate, în cel mai scurt timp, cu cel mai mic buget. Este o muncă de calibrare, un dialog continuu între părți.

Care sunt, în opinia dumneavoastră, tendințele în arhitectură și construcții, la finalul anului 2023?

La nivel mondial, continuă trendul început în urmă cu câțiva ani. Se construiește mult și se pune accentul pe sustenabilitate și



Avem în portofoliu proiecte mari și foarte mari, unele unicat la nivel de Europa de Est, altele fiind de-a dreptul cele mai mari din Europa.



accesibilitate. Construcțiile au fost mereu axate pe nevoile omului, însă abia recent s-a schimbat percepția din împlinirea nevoilor imediate, în cele pe termen lung. Proiectele recente și susținerea primită din partea UE încurajează dezvoltatorii români să construiască mai sustenabil, punând accentul pe viitor.

În ultimii ani au emigrat mai mulți arhitecți din România. Cum percepeți acest fenomen?



Proiectele recente și susținerea primită din partea UE încurajează dezvoltatorii români să construiască mai sustenabil, punând accentul pe viitor.

Cred că mulți arhitecți tineri care aleg să plece din țară sunt puternic influențați de familie. Sunt încurajați să caute un viitor mai bun pentru copiii lor, presupunând că îl vor găsi în altă țară. Părerea mea este că în România încă se poate practica această meserie într-un mod care să ofere satisfacții, inclusiv materiale. Există facultăți de arhitectură bune și foarte bune, piața muncii are nevoie de arhitecți tineri și pasionați, țara se dezvoltă într-un ritm alert și poate asigura salarii

decente după primii ani. Totul este să vrei să lucrezi și să nu aștepti să primești totul de-a gata sau funcții de conducere imediat după absolvire. Este o chestiune de mentalitate. Nicăieri nu este ușor la început, oriunde mergi este nevoie să muncești. Cât timp părinții își vor susține copiii să plece din țară, ne vom confrunta și în viitor cu această problemă, iar această mentalitate trebuie schimbată. Din fericire, există și tineri arhitecți pasionați de munca lor, care reușesc să facă performanță și în țara noastră.

Ce viitor au absolvenții facultăților de arhitectură? Există suficiente locuri de muncă pe piața internă?

Sunt mai multe cereri ale angajatorilor decât arhitecți care reușesc să termine facultatea. Problema nu sunt locurile de muncă, ci mentalitatea tânărului absolvent, care are dificultăți în a înțelege că, odată cu finalizarea studiilor, intră într-o nouă etapă a vieții, una în care este necesar să muncească. Trăim într-o societate intoxicată de online și rețele de socializare, în care fiecare încearcă să-și etaleze viața luxoasă fără eforturi în muncă. Se promovează o stare de *dolce far niente*, în care fiecare pare că are de toate, fără a ridica un deget. Mulți tineri cred în această imagine falsă, iar atunci când se lovesc de realitate, în care trebuie să muncești pentru orice, clachează. Cred că avem nevoie de mai multe exemple reale de reușită prin muncă, de normalizarea acestora și de răsplătirea celor care chiar depun eforturi pentru a obține rezultate.

Cum vedeți concurența actuală/nivelul de competiție în corpul profesional al arhitecților?

Există un ghid al Ordinului Arhitecților. În acesta sunt bine definite responsabilitățile arhitectului și conține inclusiv propuneri tarifare recomandate. Din păcate, mulți nu îl respectă și se creează o concurență nelocală. O bună parte nu achiziționează licențe pentru software-urile specifice, nu respectă standardele de proiectare, nu țin cont de ghid, de multe ori nici de etica profesională. Fiecare proiectează în felul lui, la tarifele stabilite de el personal. Pentru



mine, concurența este dictată de firmele care au același nivel, ceilalți nu există.

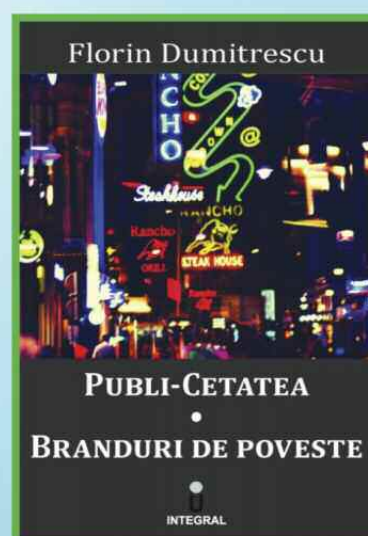
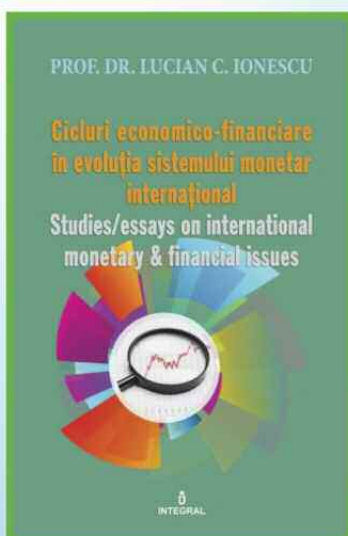
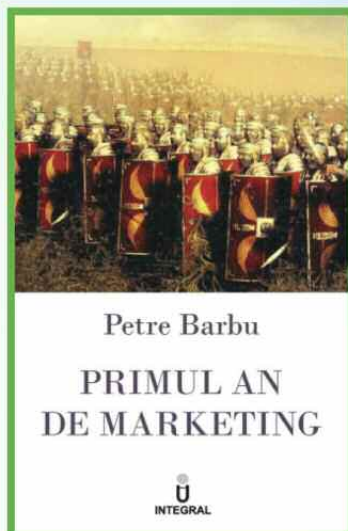
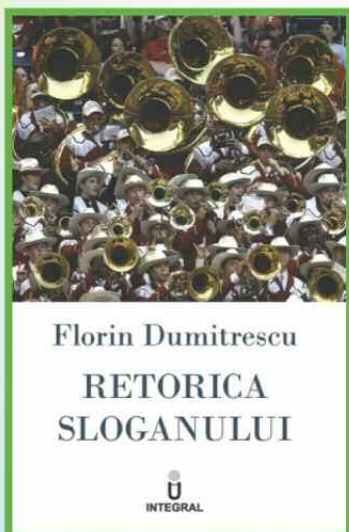
Patrimoniul construit a suferit distrugeri dramatice în țara noastră. În acest context, rolul autorităților locale și centrale în programul de regenerare urbană este vital. Ce ar trebui să facă arhitecții pentru a grăbi procesul de revitalizare a patrimoniului arhitectural din marile orașe?

Cartierele de blocuri ar trebui revitalizate prin regenerare urbană, punând la dispoziție spații sociale, culturale, zone verzi și de agrement. De asemenea, este necesar

să ținem cont de conectarea la mobilitatea urbană, prin piste de biciclete, accesibilizarea zonelor pietonale și acces mai bun la mijloacele de transport în comun, preferabil ecologice. Există fonduri europene care să susțină toate aceste lucruri. Autoritățile ar putea să se consulte mai des cu arhitecții (în unele orașe o fac), pentru a crea împreună planuri sustenabile și proiecte coerente. În cartierele definite ca zone protejate istoric este necesară o reabilitare cu sens a clădirilor, ținând cont de structurile inițiale. De asemenea, acestea trebuie conectate la o viață socială dinamică, adaptându-le la noile nevoi ale oamenilor.

Cu o istorie impresionantă și un portofoliu bogat, de peste 18 ani, PRO Arhitectura colaborează cu proiecte mari și foarte mari în România. Cu sediul în Arad și o cifră de afaceri de peste 3.580.000 lei în 2022, compania este una premiată la nivel național, pentru rezultate remarcabile obținute sub managementul arhitectului Ela Falcă. Proiecte la care a luat parte: cel mai mare parc fotovoltaic din Europa, intrarea pe piața din România a Maschio Gaspardo, cel mai mare parc industrial din Arad - VGP Park Arad și multe altele. Mai multe detalii despre PRO Arhitectura găsiți pe <https://pro-arhitectura.ro>.

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI



Suntem o comunitate în continuă creștere

Interviu cu Cristina Putan și Dorin Cartarescu, Owneri PRbeta Agency



Recent, PRbeta a împlinit 14 ani. Acum este o agenție de comunicare. De la ce a pornit totul?

Cristina: PRbeta a pornit ca o resursă de relații publice, în 2009. Pe atunci, în România existau puține resurse despre relații publice și despre comunicare digitală, totul era nou. Așa că am lansat acest blog, PRbeta.ro. Între timp, lucram deja în regim de freelancing cu diverse companii, unele cunoscute la nivel internațional, cum ar fi

Porsche România și Carpatair, pentru care ofeream un mix de servicii de relații publice și comunicare digitală. În paralel, organizam diverse evenimente corporate. Am unit toate aceste lucruri sub umbrela unei agenții de comunicare, în care, pe parcurs, am tot adăugat noi servicii pe care le oferim, în funcție de cum au evoluat nevoile clienților și viziunea noastră, a echipei. Azi colaborăm cu companii de toate felurile, de la branduri internaționale, la companii locale aflate la început de drum. Pentru

fiecare dintre clienții noștri încercăm mereu să fim o resursă de creativitate care se traduce și în rezultate utile pentru business-ul lor.

Care sunt cele mai importante lecții pe care le-ați învățat în acești 14 ani?

Cristina: În primul rând, am învățat importanța colaborării și a lucrului în echipă. Am realizat că putem obține cele mai bune rezultate atunci când lucrăm împreună, punând în comun idei și abordări diferite și având încredere că fiecare aduce în ecuație cea mai bună versiune a sa din acel moment. De asemenea, am învățat importanța onestității în relațiile cu colegii, clienții și partenerii noștri. Suntem conștienți că transparența și integritatea sunt esențiale pentru a construi relații solide și de durată. Mai mult decât atât, știm că suntem creativi și să căutăm mereu soluții inovatoare pentru a răspunde nevoilor și așteptărilor clienților. Credem că avem capacitatea de a ne adapta rapid la schimbările din piață și acest lucru contribuie semnificativ atât la succesul nostru, cât mai ales la reușitele clienților noștri.

Ce clienți aveți în portofoliu?

Dorin: Ne place să lucrăm cu diverse tipuri de clienți și să ne adaptăm provocărilor specifice fiecăruia dintre ei. Printre brandurile mari pe care le avem în portofoliu se numără dm drogerie markt, Continental România, Timișoreana, Fornetti România, Visma România, ș.a. De asemenea, ne mândrim cu colaborările noastre cu branduri locale din diverse orașe, precum Momirov Cosmetics, Ultramarin, Hotel Montis - Muntele Mic sau Arad Open Air Festival. Avem experiență în gestionarea clienților de diferite dimensiuni și suntem

dedicați să oferim servicii de calitate indiferent de mărimea afacerii.

Colaborați cu branduri cunoscute internațional, dar și cu firme aflate la început de drum. De ce vă aleg pe voi?

Cristina: Suntem un mix bun de experiență și creativitate. Clienții au încredere în noi pe baza rezultatelor anterioare pe care le-am obținut de-a lungul anilor și de aceea sunt mai deschiși în a accepta uneori diverse soluții nonconformiste. Ne alegem noi clienții în aceeași măsură în care ne aleg și ei pe noi. Relațiile noastre cu clienții se bazează foarte mult pe încredere, transparență și onestitate reciprocă. Este esențial să rezonăm unii cu alții, de aceea primele discuții cu fiecare client sunt unele de calibrare și cunoaștere reciprocă. Abia apoi, dacă decidem că ne potrivim, stabilim în ce fel vom colabora.

Ce servicii oferiți?

Dorin: Cred că funcționăm puțin diferit de o agenție clasică. Scopul nostru este să oferim servicii de marketing și comunicare personalizate, în funcție de nevoile specifice ale fiecărui client în parte. Știm deja că ce funcționează pentru o companie, nu este garantat că va funcționa și pentru alta, chiar dacă business-urile sunt asemănătoare. De la strategii de comunicare, la planificări detaliate și realizarea efectivă de campanii (atât clasice, cât și digitale), oferim servicii care includ tot procesul de marketing. Lucrăm cu specialiști cu peste 15 ani de experiență în strategie și consultanță, design, copywriting, digital marketing, marketing clasic, relații publice, media buying și organizare de evenimente, care împreună reușesc să prioritizeze nevoile reale ale fiecărui client și să ofere soluții cu adevărat utile. În plus, avem o divizie de organizare de evenimente, în care am reunit furnizori și colaboratori cu



care lucrăm împreună de mult timp, cu unii încă din 2005 sau 2006, la nivel individual.

În ce fel includeți noile tehnologii digitale în procesul de comunicare?

Dorin: Suntem mereu în căutarea de soluții și tool-uri inovatoare, cu scopul de a optimiza cât de mult posibil timpul și de a ne putea axa pe latura creativă a lucrurilor. De la experiențe vizuale pe care le creăm pentru clienții noștri, în materie de design și fluiditate a proceselor de marketing, la tool-uri de organizare și automatizare a muncii, testăm în permanență și ne adaptăm continuu. Pentru noi, atât timpul nostru, cât și cel al clienților noștri chiar contează.

Ce provocări întâmpinați cel mai des?

Cristina: Domeniul în care activăm este unul foarte dinamic. Lucrurile

se schimbă în permanență și, dacă nu ne adaptăm în mod constant, devenim rapid irelevanți. Acest lucru presupune să fim mereu la curent cu ultimele noutăți, fără să pierdem din vedere soluțiile consacrate și modelele despre care știm deja că dau rezultate. Provocările sunt la tot pasul, de la lipsa specialiștilor, până la faptul că toată lumea pare să se priceapă la "marketing, politică și fotbal". Se întâmplă să ne lovim și de perceperea relativă a timpului pe care o au, uneori, artiștii cu care colaborăm. Însă, am învățat în timp că o comunicare eficientă și stabilirea unor relații bazate pe încredere pot rezolva o bună parte din probleme.

Cum reușiți să acoperiți o varietate de servicii și să oferiți fiecărui client fix ce are nevoie?

Dorin: Când lucrezi cu idei nonconformiste, soluțiile care se impun sunt puțin diferite de cele cu care lucrează majoritatea. Pentru a putea implementa ceva ce nu face toată lumea, avem nevoie de echipe care sunt construite diferit. De aceea, am format în jurul PRbeta o comunitate de colaboratori și furnizori care oferă servicii foarte diversificate, dar care împreună au sens. De la artiști digitali și influenceri, la echipe tehnice, de la muzicieni, la copywriteri, de la balerine, la videografi și echipe de catering, de la web developeri, la producători locali sau profesori, în echipele noastre de lucru se găsesc o varietate foarte mare de specialiști. Acest stil colaborativ este rezultatul unei vieți de muncă, în care am pus la un loc resurse comune și am învățat să avem încredere unii în ceilalți. Clienții noștri vin la PRbeta pentru că, prin modul de a lucra și prin ideile creative pe care le avem, reușim să oferim soluții de marketing, comunicare și organizare de evenimente diversificate și, uneori, foarte atipice.



Am învățat importanța onestității în relațiile cu colegii, clienții și partenerii noștri.

Cum vă selectați colaboratorii și furnizorii?

Cristina: Atât în echipa internă a PRbeta, cât și în cea extinsă, formată din colaboratori și furnizori, căutăm oameni care ne împărtășesc valorile. Ne place ceea ce facem și punem suflet în fiecare proiect. Suntem onești unii cu alții, deschiși spre nou și nu ne speriem de muncă. Încercăm mereu să ne susținem între noi și am înțeles de mult că, atât timp cât fiecare dă tot ce are mai bun, lucrurile vor ieși bine. Testăm în permanență noi posibili colaboratori, cu care să ne extindem echipele de lucru. Dacă se întâmplă să găsim pe câte cineva care ni se pare aliniat cu viziunea noastră, mergem noi înspre ei. Uneri se întâmplă să ne descopere ei și ne bucurăm mult când ne întâlnim și rezonăm. Suntem, mai degrabă, o comunitate în continuă creștere.

În ce fel vă implicați în comunitatea orașului?

Dorin: Sediul nostru este la Timișoara, dar colaborăm cu companii din mai multe orașe ale țării. În fiecare dintre aceste orașe încercăm să susținem comunitățile specifice lor. De fapt, ne implicăm mai degrabă în categorii specifice de grupuri, indiferent de orașele din care provin. Lucrăm cu operatori culturali, ajutându-i să-și implementeze proiectele, organizăm cursuri de marketing și comunicare pentru reprezentanți ai companiilor și antreprenori, dar și pentru studenți, colaborăm de o vreme deja cu Direcția de Asistență Socială și îi ajutam cu promovarea unor acțiuni specifice sau cu organizarea de evenimente, punem în legătură business-uri locale cu interese comune. În general, pe lângă rolul de specialiști în comunicare, ne asumăm și rolul de oameni care pun în contact alți oameni, pentru a-i ajuta să facă lucruri mai bune și mai mari împreună.

Ce fel de relație aveți cu universitățile?

Cristina: Avem o relație apropiată cu universitățile, ligile și studenții. Ne implicăm activ în formarea tinerei generații de specialiști și le oferim susținere de câte ori putem, fie susținând ateliere de



comunicare, fie organizând stagii de practică și internship-uri anuale, încă din 2010. Încurajăm în mod constant companiile cu care lucrăm să investească în formarea viitoarelor generații de specialiști și le facilităm relaționarea cu instituțiile de învățământ, atât la nivel administrativ al acestora, cât și la nivel informal, direct cu studenții sau cu ligile.

Ați menționat că susțineți cursuri de formare în domeniul comunicării. Ce fel de cursuri?

Cristina: În funcție de nevoi, organizăm cursuri de digital marketing, copywriting, marketing (în sens mai general), relații publice, fundraising etc. Fie că facem asta în companii sau pentru studenți, vorbim mereu din experiență proprie și încercăm să ajutăm fiecare grup într-un mod cât mai specific. Am început workshop-urile de comunicare digitală încă din 2010 când, alături de (atunci) Romtelecom, am făcut un turneu prin țară, în care am oferit unor grupuri de câte 25 de studenți per oraș șansa de a învăța de la specialiști cum să



devină oameni de comunicare digitală. De atunci, am susținut mai multe serii de cursuri de marketing destinate oamenilor din companii sau antreprenorilor care vor să descopere cum să își comunice mai bine afacerile. Cristina este și formator autorizat de Ministerul Muncii și Protecției Sociale și Ministerul Educației și Cercetării, ceea ce ne ajută să oferim legitimitate participanților la cursurile noastre.

Ce planuri de viitor aveți?

Dorin: În prezent, lucrăm la un proces de rebranding pentru PRbeta. Deja de ceva vreme, simțim că ceea ce facem și ceea ce prezentăm în exterior nu mai sunt într-un echilibru corespunzător. Cu toate acestea, ne-am dat seama că, pentru noi, unul dintre cei mai complicați "clienți" suntem chiar noi înșine. Adesea, din cauza lipsei de timp sau pentru că acordăm prioritate altora, avem tendința să ne punem în plan secund. Obiectivul nostru pentru finalul acestui an este să ne acordăm mai multă atenție și să prezentăm mai detaliat ceea ce facem și cine suntem acum.

PRbeta este o agenție de marketing, comunicare și organizare de evenimente din Timișoara, dar care are clienți în toată țara, atât branduri recunoscute internațional, cât și companii românești, mai mari sau mai mici. De peste 14 ani, ajută antreprenori din diverse domenii să își construiască sau să își îmbunătățească imaginea în fața consumatorilor într-un mod diferit, creativ și onest, fără a pierde din vedere nevoia de rezultate tangibile a fiecărui client.

A_BEST a celebrat 15 ani de ascensiune în mediul de business prin limbile străine

Centrul de Limbi Străine A_BEST, unul dintre liderii de pe piața serviciilor de training lingvistic, a aniversat în data de 15 noiembrie 2023, 15 ani de când s-a lansat pe piața de profil.

“Noi, la Centrul de Limbi Străine A_BEST, ajutăm companiile în demersurile lor de internaționalizare, organizând **cursuri corporative de limbi străine (engleză, franceză, germană, spaniolă, portugheză, greacă etc)** pentru angajații acestora. Cursurile se pot derula atât **fizic**, la sediul companiilor beneficiare, cât și **online**, pe Zoom/ Teams etc. Totodată, susținem activitatea Departamentelor de Recrutare prin servicii de **audit lingvistic de terță parte**, pentru o paletă largă de limbi străine. Oferim, desigur, și servicii de **traducere scrisă** (inclusiv traduceri autorizate)”, a subliniat **Aura Icodin**, CEO și fondatoarea Centrului de Limbi Străine A_BEST.

“În seara de 15 noiembrie, într-un ambient plăcut, am sărbătorit cu multă bucurie, alături de o parte dintre clienții, partenerii și angajații noștri, **15 ani de succes pe piața serviciilor lingvistice**. Nimic nu ar fi fost posibil fără cei **peste 2.000 de clienți A_BEST**, care au avut încredere în noi, de-a lungul timpului. Mulțumirile noastre merg, totodată, și către numeroșii furnizori și parteneri instituționali sau media, pe care i-am avut de-a lungul timpului. În altă ordine de idei, privind în urmă, trebuie să spun că sunt extrem de mândră de Echipa A_BEST, care a dat dovadă de multă dedicare de-a lungul anilor.”, a declarat Aura Icodin. “Am intrat pe piață în plin debut al crizei din anii 2008-2009, ne-am reinventat în criza din 2020, iar de acum – mai departe – ne simțim pregătiți pentru orice provocare, căci avem convingerea că vom merge tot mai sus, în beneficiul clienților noștri. Sau altfel spus, cum ne place nouă să zicem: A_BEST_ InLoveWithTheFuture!” a precizat Aura Icodin.

Într-un mediu de afaceri globalizat, cunoașterea limbilor străine, în special a englezei, francezei și germanei, poate impacta semnificativ vânzările unei companii. A_BEST



vine în sprijinul companiilor multinaționale din România cu soluții personalizate de învățare a limbilor străine. Studiul PIMLICO (Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies in Organisations and Companies), efectuat în 20 de state membre ale UE, subliniază creșterea cu 10-25% a vânzărilor în cazul companiilor care au o strategie coerentă privind limbile străine. Prin investiția în training-ul lingvistic, companiile își pot crește vânzările, își pot îmbunătăți reputația și își pot consolida poziția pe piața globală.

A_BEST oferă soluții personalizate și eficiente pentru companiile care doresc să își dezvolte abilitățile lingvistice ale angajaților. Companiile care investesc în cursurile corporative A_BEST de limbi străine provin din domenii precum IT, telecomunicații, banking, asigurări, pharma, FMCG, transporturi sau logistică. Centrul de Limbi Străine A_BEST a fost creat special pentru experiența profesionistă și plăcută în comunicare atât a angajaților, cât și a angajatorilor. Metoda de predare utilizată de trainerii A_BEST este CLT (Communicative Language Teaching). **Trainerii A_BEST** sunt specializați în predarea limbilor

străine pentru mediul de afaceri și au abilitatea de a îndruma cursanții prin lecții interactive și practice, adaptate nevoilor specifice ale companiei. În predarea cursurilor de limbi străine pentru persoanele adulte, se adoptă o abordare comunicativă, scopul fiind dezvoltarea abilităților cursanților de a folosi cu succes cunoștințele acumulate, în diverse contexte sociale, formale sau informale.

DESPRE CENTRUL DE LIMBI STRĂINE A_BEST

A_BEST a fost înființat în 2008 și este unul dintre centrele independente de top din România, pentru învățarea limbilor străine de către români și expatriați. A_BEST oferă servicii lingvistice complete, la standarde internaționale: cursuri de limbi străine – limbaj general/ de afaceri/ specializat, open/ corporate; cursuri de limba română pentru expați; cursuri de limbi străine pentru copii; testări cu recunoaștere internațională; traduceri; audit lingvistic; evenimente dedicate mediului academic. Pentru mai multe detalii, accesați site-ul companiei aici: <https://abest.ro/>

Vom continua să promovăm încrederea, sănătatea și frumusețea

Interviu cu Bianca-Patricia Nahaiciuc, Fondator, NBP Clinique

Prin ce se distinge NBP Clinique?

La NBP Clinique, evidențiem abordarea noastră orientată către clienți, punând accentul pe empatie și înțelegere profundă. Cu experiența mea personală în spate, am dezvoltat capacitatea de a vedea lumea prin ochii clienților, facilitând oferirea soluțiilor adaptate la nevoile lor.

Nu consider că suntem doar o clinică obișnuită; suntem un spațiu dedicat unde clienții pot experimenta nu doar servicii profesionale, ci și un mediu de încredere în care pot împărtăși întrebările și gândurile lor. În esență, la NBP Clinique, înțelegerea și ghidarea sunt fundamentele conceptului nostru.

Un alt aspect care ne plasează în afara tiparelor este comunitatea noastră în continuă creștere. Fiecare client nu reprezintă doar un vizitator, ci devine parte integrantă a unei comunități autentice care se extinde, contribuind la o atmosferă unică și la prosperitatea continuă a afacerii noastre. Ne mândrim cu faptul că avem o comunitate formată organic și care rămâne autentică. Noi considerăm că accesibilitatea la servicii de înaltă calitate este crucială. Astfel, oferim o gamă variată de servicii la prețuri accesibile și periodic inițiem campanii pentru a face experiența noastră clinică la îndemână tuturor, având în vedere faptul că majoritatea serviciilor noastre reprezintă o necesitate din mai multe punct de vedere.

Care este profilul clienților dumneavoastră? De ce servicii beneficiază aceștia?

Profilul clienților noștri este extrem de diversificat, cuprinzând persoane cu nevoi și preferințe variate. Avem clienți care caută atât servicii de slăbire localizată și remodelare corporală, precum și tratamente faciale de lifting non-invaziv și beauty, epilare definitivă,

tratamente capilare și masaj.

În general, clienții noștri sunt persoane care apreciază o abordare personalizată și individualizată în ceea ce privește serviciile de înfrumusețare. Cei care caută o experiență holistică, în care empatia și înțelegerea sunt la fel de importante precum calitatea procedurilor non-invazive, o pot găsi la noi. Nevoile lor variază de la rezolvarea problemelor specifice ale pielii, la remodelarea corpului și slăbirea localizată, până la îmbunătățirea aspectului feței și menținerea aspectului ferm a acesteia. Serviciile noastre acoperă un spectru larg, inclusiv epilare definitivă cu aparate medicale de top de la brand-ul Cocoon Medical, terapii corporale cu tehnologiile HIFEM, HIFU, Liposonix, Radiofrecvență, Cavitație, Vacuum, tratamente faciale făcute cu brand-uri și tehnologii de renume, precum Dermedics, Hydrafacial, HIFU 4D, Bruno Vassari și multe altele. Oferim și consultații personalizate pentru a identifica cele mai potrivite servicii în funcție de dorințele și necesitățile individuale ale fiecărui client.

Prin diversitatea gamei noastre de servicii și abordarea noastră personalizată, dorim să satisfacem o paletă largă de cerințe și să oferim clienților noștri o experiență de înfrumusețare care depășește așteptările.

Lumea în care trăim se transformă rapid. Piața se schimbă, la fel și așteptările pacienților. Cum reușiți să fiți mereu la zi cu toate tendințele?

La NBP Clinique, recunoaștem importanța de a fi în pas cu schimbările rapide din industria serviciilor de înfrumusețare și cu evoluțiile continue ale așteptărilor clienților. Adoptăm multiple abordări pentru a ne asigura că rămânem mereu la curent cu tendințele. Echipa noastră participă activ la programe de educație continuă, cursuri și conferințe în domeniul beauty, a esteticii și a

dermatologiei, angajându-ne în învățarea constantă pentru a fi informați despre cele mai recente tehnologii și tratamente. În plus, colaborăm strâns cu branduri de încredere din industrie pentru a fi la curent cu cele mai noi produse și tehnologii. Aceste parteneriate ne oferă acces la informații de ultimă oră și la instrumente inovatoare.

Facem și o monitorizare constantă a tendințelor din industrie, analizăm feedback-ul clienților și evaluăm schimbările în preferințele acestora. Această abordare ne ajută să ajustăm oferta noastră pentru a satisface cerințele în continuă schimbare ale pieței. Totodată, menținem echipamentul și tehnologia la cele mai recente standarde, asigurându-ne că suntem capabili să oferim proceduri și tratamente de ultimă generație, conforme cu cele mai recente descoperiri științifice.

Interacționăm frecvent cu clienții noștri, solicitându-le feedback și ascultând cu atenție așteptările lor. Această comunicare deschisă ne ajută să înțelegem mai bine nevoile lor și să adaptăm serviciile noastre în concordanță. Prin aceste strategii integrate, ne asigurăm că NBP Clinique rămâne un loc în care clienții pot avea încredere că vor beneficia de cele mai bune și mai actuale servicii de înfrumusețare.

Care este strategia de dezvoltare a NBP Clinique în următoarea perioadă?

Strategia de dezvoltare a NBP Clinique pentru perioada următoare este axată pe mai multe direcții pentru a asigura creșterea sustenabilă a clinicii și îmbunătățirea continuă a experienței clienților.

Pentru că trăim într-o era agitată, ritmul rapid al vieții solicită soluții eficiente și practice. Tocmai de aceea, un prim pas către a face o diferență, a fost implementarea unei campanii pentru epilarea definitivă. Vrem să subliniem transformarea semnificativă pe care o aduce epilarea definitivă în viațile



noastră generală, vom continua să promovăm încrederea, sănătatea și frumusețea, asigurându-ne că NBP Clinique rămâne un nume de încredere în domeniul serviciilor de înfrumusețare.

Cum va canalizați pasiunile de zi cu zi în mod practic în activitățile de la NBP Clinique, contribuind la experiența oferită clienților și la atmosfera generală a clinicii?

În ultimii ani, viața mea s-a concentrat în principal pe dezvoltarea profesională, absolvind integral două facultăți, cursuri și specializări în domeniul înfrumusețării, antreprenoriatului și al dezvoltării personale. Chiar dacă sfera personală a fost temporar eclipsată de aspirațiile profesionale, descoperirile și evoluțiile din carieră îmi aduc o împlinire profundă. Timpul meu liber, inevitabil, gravitează în jurul activităților dedicate frumuseții corpului, pentru că tot ceea ce se întâmplă în culisele clinicii mă captivează dincolo de simplul context de business.

În același timp, o pasiune pe care o alimentez cu entuziasm este cea pentru spiritualitate, psihologie și dezvoltare personală. Particip la numeroase cursuri care explorează aceste domenii, căutând mereu să înțeleg aspecte noi și să evoluez în plan personal. Această călătorie internă și căutarea în profunzimile spirituale adaugă o dimensiune profundă vieții mele, oferindu-mi instrumente și perspective care se reflectă în mod semnificativ în cadrul profesional și în interacțiunile cu cei din jur.

De asemenea, călătoriile și interacțiunile culturale sunt o parte integrantă a acestor pasiuni pentru dezvoltarea mea personală. În explorarea diferitelor culturi, găsesc conexiuni și înțelegeri care contribuie la propria mea evoluție și la cum îmi văd eu însămi rolul în lume.

Pentru viitor, mi-am propus să acord mai mult timp acestei activități care nu doar că mă relaxează, ci mă și îmbogățește în mod continuu. Chiar și în acest peisaj aglomerat al vieții, găsesc momente de echilibru și învățare, iar această energie pozitivă se reflectă în mod firesc în ceea ce ofer în cadrul NBP Clinique și în modul în care împărtășesc cunoștințele mele cu cei care ne aleg și ne încredințează dorințele lor de frumusețe și

noastre, trecând de la simplul moft la o necesitate esențială.

Având în vedere impactul pozitiv al campaniei **“Epilarea definitivă este o necesitate, nu un moft”**, aceasta va juca un rol semnificativ în strategia noastră de dezvoltare. În continuare, ne propunem să consolidăm și să extindem această campanie care a devenit virală, marcându-se prin impactul semnificativ asupra accesibilității epilării definitive. Dorim să extindem beneficiile acestei campanii, oferind prețuri accesibile și facilitând astfel posibilitatea de a beneficia de epilarea definitivă pentru un număr cât mai mare de femei din România. Accentuăm și mai mult mesajul de încredere, empatie și nevoia de a oferi o soluție practică și necesară în cadrul campaniei. Acest mesaj se va reflecta în comunicarea noastră online și offline, susținând astfel înțelegerea și sprijinul pentru nevoile femeilor din întreaga țară. Investim în tehnologii de ultimă generație pentru epilarea definitivă, asigurându-ne că oferim servicii la standarde înalte și suntem la

curent cu cele mai recente inovații în domeniu. În plus, evaluăm oportunitățile de extindere a prezenței noastre în alte zone geografice, fie prin deschiderea de noi filiale, fie prin colaborări cu parteneri strategici sau companii care împărtășesc viziunea noastră de a face epilarea definitivă accesibilă pentru toate femeile din România. Aceste parteneriate pot include oferte speciale și promoții pentru a facilita accesul la serviciile noastre.

În altă ordine de idei, încercăm constant să dezvoltăm și îmbunătățim programele de fidelizare pentru a răsplăti clienții fideli și pentru a încuraja repetarea serviciilor. Ofertele speciale, discounturile și beneficiile exclusive vor fi integrate în strategia noastră pentru a consolida relația cu clienții noștri. Ne vom implica activ în proiecte de responsabilitate socială și vom continua campanii care aduc la cunoștința publicului mesaje importante în domeniul înfrumusețării și sănătății, în concordanță cu valorile noastre. Prin integrarea acestor campanii în strategia

îngrijire personală. Fiecare pas făcut în această călătorie, fie că este în sala de curs sau într-un loc exotic, adaugă noi nuanțe la povestea vieții mele.

Cum decurge o zi de lucru normală pentru dumneavoastră? Ce faceți în timpul liber?

O zi tipică pentru mine începe devreme, în jurul orei 6 dimineața, când mă dedic exercițiilor fizice. Sportul face parte integrantă din rutina mea zilnică și, în intervalul 6-8 dimineața, mă antrenez pentru a-mi menține starea de sănătate și pentru a începe ziua cu energie pozitivă.

După sesiunea de sport, mă îndrept către clinica. Aici, îmi dedic timpul pentru a gestiona operațiunile zilnice, coordonând personalul, verificând programările și asigurându-mă că totul decurge eficient și clienții sunt mulțumiți, și cel mai important, efectuez eu personal tratamentele clientelor mele.

În timpul zilei, mă implic activ în diverse aspecte ale afacerii mele, cum ar fi dezvoltarea strategiilor de marketing, gestionarea programului și relaționarea cu clienții. În calitate de antreprenor în acest domeniu, este important să fiu mereu la curent cu ultimele tendințe din industrie și să ofer servicii de calitate.

Seara, după încheierea programului de lucru, îmi rezerv timp pentru a mă relaxa și a mă destinde. Fie că este vorba despre a petrece timp cu familia și prietenii sau a citi o carte, încerc să găsesc echilibrul între viața profesională și cea personală. De asemenea, îmi place să explorez noi restaurante sau să particip la evenimente culturale în timpul liber pentru a-mi îmbogăți experiențele și a găsi inspirație. În esență, o zi tipică pentru mine este marcată de echilibru, disciplină și pasiune pentru afacerea mea, completată de momente de relaxare și conexiune cu cei dragi.

Cum apreciați că sunt sprijiniți tinerii antreprenori în România?

În primul rând, apreciez accesul la diverse programe de finanțare și granturi destinate antreprenorilor tineri. Acest sprijin financiar este esențial pentru lansarea și creșterea afacerilor tinerilor. Totuși, există încă o nevoie de extindere a acestor inițiative și de facilitare a accesului la finanțare pentru un număr mai



mare de antreprenori în devenire. În ceea ce privește suportul instituțional, am beneficiat de programe de mentorat și resurse oferite de organizații dedicate antreprenorilor. Cu toate acestea, aş aprecia o consolidare a rețelei de mentorat pentru a oferi sprijin continuu și specializat. Climatul legislativ reprezintă încă o provocare, iar unele reglementări pot părea descurajante pentru un antreprenor la început de drum. Sunt convinsă că o analiză și o ajustare a acestor politici ar putea crea un mediu de afaceri mai prielnic și mai flexibil pentru toată lumea. În privința inovării și tehnologiei, observ o deschidere crescută în mediul de afaceri, dar există loc pentru îmbunătățiri și aici. Investițiile în programe care să încurajeze adoptarea tehnologiilor noi ar putea contribui la creșterea competitivității afacerilor locale. Rețeaua de afaceri este în formare, iar colaborarea între antreprenori poate aduce beneficii semnificative. Cu toate acestea, consider că este nevoie de mai multe evenimente și inițiative care să faciliteze interacțiunea și schimbul de experiențe între antreprenori.

Educația antreprenorială este un alt aspect important. Cu cât există mai multe oportunități pentru tineri să învețe despre antreprenariat încă din școală și să aibă acces la resurse educaționale, cu atât mai bine pentru viitoarele generații de antreprenori. În ansamblu, apreciez eforturile în curs pentru sprijinirea tinerilor antreprenori în România, dar sunt convinsă că există oportunități de îmbunătățire și că dialogul deschis între antreprenori și autorități poate contribui la crearea unui mediu de afaceri mai stimulant și susținut.

NBP
CLINIQUE

Date de contact

Website: www.nbpclinique.ro

Telefon: 0743 444 441

Email: nbpclinique@gmail.com

Facebook/ Instagram: NBP Clinique

Birourile vamale de frontieră vor fi dotate cu 26 sisteme noi de scanare cu raze X pentru inspectarea mărfurilor care intră în țară

Birourile vamale de frontieră vor fi dotate în următorii ani cu 26 de sisteme de scanare, primele aparate urmând să fie livrate și montate chiar la începutul anului viitor. Această măsură vine ca parte a unui efort mai larg al Ministerului Finanțelor de a moderniza infrastructura vamală pentru a asigura o gestionare eficientă a frontierelor în interesul securității naționale și a pentru a consolida mecanismele de combatere a contrabandei și fraudei la frontiere.

„De astăzi intrăm în linie dreaptă în lupta noastră cu eradicarea fenomenelor ilicite și în direcția modernizării și îmbunătățirii sistemului vamal, cu accent deosebit pe consolidarea eforturilor de combatere a contrabandei. Aceste scanere vor permite o verificare mai rapidă și mai precisă a conținutului mijloacelor de transport, controlul vamal al mărfurilor pentru inspectarea conținutului coletelor și al containerelor, urmând să se facă fără a mai fi necesară deschiderea lor. Alături de introducerea e-factura, e-sigiliu, și introducerea informațiilor telemetrice în sistemul de e-transport, construim un ecosistem robust care să descurajeze orice încercare de fraudă și contrabandă”, a explicat Marcel Boloș, ministrul Finanțelor.

Achiziția celor 26 de scanere este parte din proiectul „Dotarea birourilor vamale de frontieră cu sisteme de scanare autovehicule și containere (sisteme de securitate) și înființarea Centrului național de analiză imagistică în cadrul căruia se vor integra sistemele de scanare autovehicule și containere din dotarea A.V.R.”, semnat în cursul zilei de luni, 4 decembrie.

„Primele sisteme de scanare vor fi livrate și instalate în următoarele trei luni. Utilizarea scannerelor va contribui la creșterea gradului de securizare a frontierei externe a UE și eficientizarea controlului autorității vamale la trecerea mijloacelor de transport. Utilizarea acestor sisteme va da AVR un avantaj în combaterea contrabandei, a fraudelor vamale și va duce, totodată, la reducerea timpului de așteptare la trecerea frontierei”, a declarat

Ion Cupă, președintele Autorității Vamale Române.

ACHIZIȚIA SCANERELOR, SPRIJINITĂ PRIN FONDURI EUROPENE

Beneficiarul proiectului este Autoritatea Vamală Română, iar finanțarea este asigurată din bugetul național și din bugetul Planului Național de Redresare și Reziliență (PNRR). Programul face parte Pilonul III al PNRR - Creștere inteligentă, sustenabilă și favorabilă incluziunii, inclusiv coeziune economică, locuri de muncă, productivitate, competitivitate, cercetare, dezvoltare și inovare, precum și o piață internă funcțională, cu întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri) puternice, Componenta 8 - Reforma fiscală și reforma sistemului de pensii, Reforma R2 - Modernizarea sistemului vamal și implementarea vămii electronice, Investiția I4 - Implementarea vămii electronice.

- Data începerii proiectului : 4 decembrie 2023
- Data încheierii proiectului: 31 decembrie 2027 (31 decembrie 2026 pentru componenta finanțată prin PNRR)
- Durata proiectului: 49 luni (37 luni pentru componenta finanțată prin PNRR)
- Finanțare nerambursabilă (PNRR): 34.060.459 EUR.

Obiectivele generale ale proiectului sunt:

- eficientizarea controlului vamal asupra mijloacelor de transport prin dotarea autorității vamale, în punctele de trecere a frontierei, cu sisteme de securitate (echipamente de control nedistructiv: scanere autovehicule și containere);
- integrarea sistemelor de securitate (echipamente de control nedistructiv) în Centrul Național de Analiză Imagistică și realizarea monitorizării în timp real a analizelor efectuate cu echipamentele de scanat;
- îmbunătățirea calității și eficienței serviciilor prestate de echipele de control operativ (în frontieră și echipe mobile) pentru asigurarea securității și siguranței cetățenilor și protejarea

intereselor financiare ale Uniunii și ale statelor membre.

Activități principale ale proiectului:

- dotarea birourilor vamale de frontieră cu 26 de sisteme de securitate (echipamente de control nedistructiv: scanere autovehicule și containere);
- realizarea lucrărilor de investiții (construcții) pentru asigurarea respectării normelor de protecție radiologică în exploatarea echipamentelor;
- înființarea Centrului Național de Analiză Imagistică și realizarea integrării echipamentelor de control nedistructiv în acesta;
- formarea personalului de specialitate care va asigura operarea sistemelor de securitate.

BENEFICIILE ADUSE DE UTILIZAREA SCANERELOR

Utilizarea scannerelor cu raze X în controlul vamal are mai multe scopuri:

Economie: Contribuie la combaterea fraudei vamale, inclusiv a subdeclarării valorii mărfurilor, oferind astfel autorităților o modalitate eficientă de a verifica conținutul încărcăturilor.

Siguranța națională: Permite autorităților să detecteze obiecte sau substanțe periculoase, cum ar fi materiale explozive, arme sau substanțe chimice periculoase, care pot reprezenta o amenințare pentru securitatea națională.

Contrabandă: Ajută la identificarea oricăror bunuri sau substanțe interzise care ar putea fi introduse ilegal într-o țară, cum ar fi droguri, arme interzise sau alte mărfuri interzise.

Protecția mediului: Permite identificarea substanțelor sau materialelor care pot avea impact negativ asupra mediului înconjurător și care pot fi interzise sau restricționate.

Eficiența operațională: Accelerarea procesului vamal prin scurtarea timpului de inspecție manuală a fiecărui colet sau container, ceea ce duce la o desfășurare mai rapidă a operațiunilor vamale.

A fi durabil și sustenabil înseamnă să fii un susținător activ al economiei și al partenerilor locali

Interviu cu Monica Constantin,
Legal and Corporate Affairs Director Bergenbier S.A.

Prietenia se află la fundația companiei Bergenbier. De asemenea, sustenabilitatea este unul dintre pilonii principali ai strategiei dumneavoastră pe termen mediu și lung. Ce acțiuni care să consolideze sustenabilitatea ați avut anul acesta?

Sustenabilitatea este parte integrantă a strategiei de business, iar în centrul acțiunilor noastre sunt oamenii, mediul și consumul responsabil de alcool. Anul acesta am lansat al 4-lea raport consecutiv de sustenabilitate, iar odată cu el am avut proiecte care au vizat cei trei piloni.

În primul rând, ne-am uitat la mediul înconjurător și am avut, ca în fiecare an, o amplă acțiune de ecologizare și curățenie alături de colegii noștri din sediul central și din fabrică. Apoi, printr-un parteneriat cu ParkLake Shopping Center și împreună cu artistul plastic Sergiu Chihaia, am lansat proiectul Trash Into Art, o instalație realizată doar din PET-uri, o campanie de conștientizare despre importanța reciclării. A fost un proiect de succes, mii de oameni s-au oprit, au interacționat cu instalația și au învățat că reciclarea poate să însemne artă.

Apoi, în zona de consum responsabil, am lansat o amplă campanie în online și în radio, SloMo la volan, alături expertul Titi Aur. Prin brand-ul Bergenbier Fără Alcool, tragem un semnal de alarmă asupra reflexelor la volan, în special atunci când este implicat și alcoolul. Suntem o companie care are zero toleranță pentru alcool la volan și susținem educarea consumatorilor.

Desigur, acestea sunt doar câteva dintre acțiunile pe care le-am avut anul acesta, an de an ne setăm ca obiective să facem mai mult pentru noi și pentru mediul înconjurător.



În 2022 ați fost primul producător de băuturi care s-a aliniat Directivei Single Use Plastic. Ce a presupus acest lucru?

Într-adevăr, la finalul anului trecut, am fost primii producători care ne-am aliniat Directivei Single Use Plastic (SUP), decizie ce a avut un întreg proces în spate, susținut activ de colegii noștri din Supply Chain. Ei au analizat foarte atent cum putem modifica sticlele PET, astfel încât dopul să fie atașat. Expertiza lor este esențială în procesul de sustenabilitate, iar ce au făcut în această direcție este grăitor. Prin modificarea PET-ului, am redus dimensiunea gâtului sticlei și a capacului aferent, iar prin aceste două modificări estimăm că punem cu

1.000 de tone mai puțin plastic pe piață. Facem eforturi susținute să fim un producător responsabil, iar alinirea la Directiva SUP este un exemplu concludent.

Ce particularități au companiile producătoare de bere în implementarea principiilor și standardelor pe care le implică ESG-ul (environmental, social and corporate governance)?

La Bergenbier S.A., sustenabilitatea înseamnă printre altele și reducerea amprenteii de carbon. Ne-am aliniat obiectivele cu cele globale, ale Molson Coors Beverage Company,

grupul din care facem parte, dar și cu principiile ESG și am construit o strategie de sustenabilitate axată pe trei piloni: oamenii, mediul și consumul responsabil de alcool. Când ne referim la oameni, înțelegem să creștem oportunitățile de dezvoltare profesională pentru colegii noștri și să facem progrese constante în ceea ce privește diversitatea, echitatea și incluziunea. Am crescut procentul de promovări interne, oferim șanse egale tuturor colegilor noștri și abordăm relațiile cu echipa, dar și cu partenerii de business, într-o notă de prietenie, așa cum o spune și brand-ul nostru motor. În ceea ce privește mediul, pe lângă lucrurile deja menționate, am redus semnificativ consumul de apă și energie electrică, dar și emisiile de CO2. Cât despre consumul responsabil de alcool, acesta este în centrul tuturor acțiunilor de marketing și comunicare și reiterăm constant aceste mesaje de conștientizare.

Cum este abordată sustenabilitatea în fabrica din Ploiești?

În fabrica din Ploiești, colegii noștri depun eforturi considerabile pentru a diminua impactul asupra mediului. Programul World Class Supply Chain 2.0, a fost implementat încă din 2019 cu scopul de a reduce amprenta de carbon asociată producției de bere. Rezultatele sunt notabile și durabile. În comparație cu anul precedent, în 2022 am înregistrat progrese semnificative: consumul de apă a scăzut cu 8,6%, energia electrică utilizată a fost redusă cu 6,8%, iar emisiile de CO2 au fost diminuate cu 4%. Mai mult, întreaga noastră achiziție de energie electrică provine exclusiv din surse regenerabile. Aceste rezultate convingătoare sunt rezultatul unei strategii bine puse la punct, sprijinite de eforturile constante ale tuturor colegilor implicați. Nu în ultimul rând, merită menționat că aceste realizări au implicat investiții suplimentare, însă acestea au fost

asumate în cadrul strategiei de sustenabilitate. Suntem mândri că, pe lângă berile apreciate de consumatorii noștri în fiecare zi, suntem și un exemplu de angajament constant în promovarea sustenabilității.

Ce așteptări aveți de la Sistemul Garanție-Returnare care a fost lansat recent și care creează premisele pentru o economie circulară?

Bergenbier s-a implicat în acest proiect încă din primul moment și este una dintre companiile fondatoare RetuRo, societatea care administrează Sistemul de Garanție-Returnare, alături de ceilalți producători de bere, băuturi răcoritoare, retaileri și statul român. Este un pas important spre creșterea procentului de reciclare pentru că cifrele vorbesc de la sine. România are un procent de reciclare cu mult sub media europeană, fiind pe ultimele locuri în acest domeniu. Suntem obligați să creștem procentul până în 2025 și, de aceea, Sistemul de Garanție-Returnare pe care l-am susținut de la bun început, are acest obiectiv. Este probabil cel mai important proiect implementat în România în zona reciclării, proiect care cuprinde inclusiv componenta de educare a consumatorilor. Avem încredere în SGR și credem că este un pas important spre o economie circulară.

Cât de mult contează know-how-ul grupului Molson Coors Beverage Company în integrarea sustenabilității în cadrul Bergenbier?

Pentru Bergenbier S.A., direcția de sustenabilitate a venit gradual în ultimii 10 ani. Am avut prima dată acțiuni de responsabilitate socială și am trecut natural, intrinsec, spre tendința actuală, un business sustenabil. La nivelul grupului Molson Coors Beverage Company, din care facem parte, primul raport de

“Suntem o companie care are zero toleranță pentru alcool la volan și susținem educarea consumatorilor.”

sustenabilitate a apărut în 2015 și tot know-how-ul colegilor ne-a ajutat pe noi să lansăm primul raport, să înțelegem cum putem implementa proceduri care să ne ajute în această direcție.

Desigur, este o colaborare constantă și învățăm împreună, iar în Bergenbier, sustenabilitatea a venit ca o integrare naturală în business. Acțiunile noastre au sprijinul colegilor de la grup, care ne-au oferit suport în demersul nostru, în special la nivelul raportării.

Sustenabilitatea înseamnă și susținerea unei economii durabile, cum contribuie sectorul din care faceți parte în această direcție?

Industria berii are un impact pozitiv și contribuie activ la o economie durabilă. De exemplu, un loc de muncă în categorii înseamnă în România alte 11 pe lanțul valoric: 2 în agricultură, 3 în retail, aproape 3 în sectorul ospitalității și 3 pentru furnizori.

Partenerii noștri, fie că vorbim de distribuitori sau de partenerii furnizori în procesul de producție, sunt în principal din țara noastră, iar a fi durabil și sustenabil înseamnă să fii un susținător activ al economiei și al partenerilor locali. În plus, anul trecut Bergenbier S.A. a plătit taxe și impozite statului român în valoare de 223 de milioane de lei, iar compania noastră este una cu focus în zona de etică în afaceri.



A MOLSON COORS BEVERAGE COMPANY

Este esențial să se consulte un avocat specializat înainte de a lua orice decizie juridică

Interviu cu Ștefania Măciuceanu, Fondator, Ștefania Măciuceanu Law Office

Ce reprezintă pentru dumneavoastră profesia pe care o practicați și care sunt valorile după care v-ați ghidat în exercitarea acesteia?

Pentru mine, profesia de avocat reprezintă o vocație și o pasiune, iar avocatura de litigii reprezintă o provocare, întrucât îmi oferă oportunitatea de a argumenta și de a susține cauza clienților mei în fața instanțelor de judecată, într-un context legislativ mereu schimbător și interpretabil. Consider că profesia de avocat este una dintre cele mai dinamice profesii care, bineînțeles, presupune întrunirea anumitor calități specifice, precum o pregătire juridică solidă, o capacitate de analiză și de sinteză, abilitate de comunicare și de negociere, precum și adaptabilitate la situații diverse, însă, în același timp, profesia de avocat implică abilități antreprenoriale, iar activitatea avocatului este construită în jurul celei mai importante valori: clientul său. De aceea, dincolo de respectul față de lege, organele judiciare și adevăr, între valorile după care m-am ghidat în exercitarea profesiei de avocat de litigii se regăsesc onestitatea, corectitudinea și imparțialitatea, iar fără compromisuri sau influențe exterioare, am respectat întotdeauna interesele și drepturile clienților mei, secretul profesional și loialitatea față de aceștia. În același timp, am fost responsabilă de calitatea și eficiența serviciilor pe care le-am oferit, de respectarea termenelor și procedurilor, de îndeplinirea obligațiilor și de asumarea consecințelor. Acestea sunt doar câteva exemple de valori după care m-am ghidat în exercitarea profesiei de avocat de litigii. Cred că aceste valori sunt esențiale pentru a fi un avocat de litigii profesionist și respectat.

V-ați specializat în litigii. Ce tipuri de litigii există?

Litigiile sunt conflicte juridice care se soluționează prin intermediul instanțelor de judecată sau al altor organe de jurisdicție. Există mai multe tipuri de litigii, în funcție de natura drepturilor și obligațiilor care sunt în discuție. De exemplu, există litigii civile, care se referă la raporturile juridice dintre persoane fizice sau juridice, cum ar fi litigiile de proprietate, de despăgubiri. În legătură cu activitatea antreprenorilor, de regulă se ivesc diverse litigii comerciale, care se referă la raporturile juridice dintre agenții economici sau agenții economici și particulari (clienți), cum ar fi litigiile contractuale, litigii specifice procedurilor de insolvență, litigii de muncă. Dar există și alte tipuri de litigii în care unii antreprenori sunt angrenați, cum sunt litigiile de contencios administrativ – întâlnite în special în activitatea antreprenorilor care interacționează cu autoritățile sau instituțiile statului, față de anumite acte administrative sau refuzul de eliberare a unor acte administrative conforme.

Care sunt cele mai frecvente litigii cu care se confruntă antreprenorii români?

Din experiența mea, cele mai frecvente litigii cu care se confruntă antreprenorii români sunt cele contractuale, de contencios administrativ, imobiliare precum și cele legate de procedurile de insolvență, litigii de muncă. Litigiile contractuale se referă la conflictele legate de executarea sau încetarea unor contracte încheiate între părți, cum ar fi contracte de vânzare-cumpărare, de

furnizare, de prestări servicii, de asociere, de credit ș.a.

În esență, litigiile imobiliare se referă la conflictele legate de dreptul de proprietate sau de alte drepturi reale asupra unor bunuri imobile, cum ar fi terenuri, clădiri, spații comerciale. Litigiile de contencios administrativ (care în general se produc în relația cu autoritățile centrale/locale ale statului) și care, uneori, se află în legătură cu litigii imobiliare (în materie de urbanism, construcții).

Sunt în egală măsură importante și conflictele legate de procedura de insolvență, care este o procedură legală prin care se urmărește reorganizarea sau lichidarea unei societăți comerciale care se află în stare de dificultate.

Care sunt principalele cauze ale acestor litigii?

Principalele cauze ale acestor litigii pot fi legate de neclaritatea legilor, nerespectarea obligațiilor contractuale, de neclaritatea sau ambiguitatea clauzelor contractuale, de schimbarea circumstanțelor contractuale, de abuzul de drept, de reaua-credință, de fraudă, de erori, de vicii ascunse sau alte situații care la momentul începerii unei relații contractuale nu sunt atât de vizibile. De asemenea, o cauză importantă în apariția litigiilor este și lipsa unei documentații juridice complete și corecte, care să reflecte în mod fidel voința părților și să prevină eventualele conflicte.

Cum se pot evita sau preveni aceste litigii?

Pentru a evita sau preveni aceste litigii, este esențial să se acorde o atenție sporită la încheierea și executarea contractelor, să se



respecte cu bună-credință obligațiile asumate, să se comunice eficient și transparent cu partenerii de afaceri, să se soluționeze amiabil orice neînțelegere sau divergență, să se apeleze la căi alternative de soluționare a disputelor când este posibil și să se consulte un avocat specializat înainte de a lua orice decizie juridică.

Ce avantaje are asistarea de către un avocat în aceste proceduri?

Rolul avocatului este de a reprezenta și apăra interesele clienților săi în fața instanțelor de judecată sau a altor organe de

jurisdicție, dar și în fața altor persoane fizice și juridice, de a le oferi asistență și consultanță juridică, de a le redacta și verifica documentele juridice, de a le negocia și media contractele, de a le informa și consilia despre drepturile și obligațiile lor, de a le propune soluții optime și eficiente pentru rezolvarea litigiilor, și de a le asigura respectarea principiilor de legalitate, echitate și moralitate.

Asistarea de către un avocat în aceste proceduri are numeroase avantaje, cum ar fi:

- creșterea șanselor de câștigare a litigiului, prin invocarea și susținerea argumentelor juridice adecvate și pertinente;

“Din experiența mea, cele mai frecvente litigii cu care se confruntă antreprenorii români sunt cele contractuale, de contencios administrativ, imobiliare precum și cele legate de procedurile de insolvență, litigii de muncă.

- economisirea de timp și bani, prin evitarea unor cheltuieli inutile sau excesive, precum taxe, amenzi, penalități, despăgubiri, etc;
- protejarea drepturilor și intereselor legitime, prin prevenirea sau combaterea unor abuzuri, ilegalități, neloialități, etc;
- reducerea riscurilor și incertitudinilor, prin cunoașterea și respectarea normelor și procedurilor juridice aplicabile;
- îmbunătățirea relațiilor de afaceri, prin stabilirea și menținerea unui climat de încredere, cooperare și respect reciproc între părți.

Cum se poate alege un avocat potrivit pentru aceste litigii?

Pentru a alege un avocat potrivit pentru aceste litigii, este important să se țină cont de următoarele criterii:

- specializarea și experiența avocatului în domeniul litigiilor, în special în tipul de litigiu care interesează clientul;
- reputația și recunoașterea profesională a avocatului, atât în rândul colegilor, cât și al clienților;
- tarifele și modalitățile de plată solicitate de avocat, care să fie rezonabile și transparente;
- disponibilitatea și accesibilitatea avocatului, care să asigure o comunicare eficientă și constantă cu clientul;
- încrederea și compatibilitatea dintre avocat și client, care să asigure o colaborare bazată pe respect, loialitate și confidențialitate.

Cât de mult își cunosc românii drepturile? Cine ar trebui să se ocupe constant de creșterea nivelului de educație juridică în țara noastră? Cum se pot implica avocații în acest proces?

Cred că românii își cunosc drepturile într-o măsură destul de redusă, deoarece sistemul juridic din țara

noastră este complex și adesea schimbător. Mulți cetățeni nu sunt informați corect sau suficient despre legile care îi afectează direct sau indirect, cum ar fi cele privind drepturile consumatorilor, protecția datelor personale, drepturile omului, etc. Acest lucru poate duce la situații de abuz, discriminare, fraudă sau alte încălcări ale drepturilor fundamentale.

Aș sfătui în primul rând antreprenorii români care se confruntă cu situații litigioase:

- să nu ignore sau amâne rezolvarea litigiilor, ci să le trateze cu seriozitate și promptitudine;
- să nu se angajeze în litigii fără a avea o bază juridică solidă și o strategie clară;
- să nu se bazeze pe informații sau sfaturi juridice neoficiale, incomplete sau eronate;
- să nu se lase influențați de emoții, impulsuri sau prejudecăți;
- să nu se implice în acțiuni sau declarații care le-ar putea prejudicia poziția sau imaginea;
- să apeleze la un avocat competent și de încredere, care să le ofere asistență și reprezentare juridică de calitate.

În principal, responsabilitatea pentru creșterea nivelului de educație juridică în țara noastră revine atât autorităților publice, cât și societății civile, însă avocații pot juca un rol important în acest proces, deoarece ei sunt specialiști în domeniul juridic și pot oferi sfaturi și asistență calificată celor care au nevoie. Avocații pot să se implice în activități de educație juridică prin mai multe modalități, cum ar fi:

- organizarea sau susținerea de seminarii, conferințe, dezbateri sau alte evenimente inclusiv de networking care au ca scop informarea și educarea despre aspecte juridice relevante;
- publicarea sau colaborarea la publicarea de articole, cărți, studii sau alte materiale care prezintă și explică legile și drepturile într-o manieră accesibilă și atractivă;

- promovarea unei imagini pozitive și profesionale a avocaturii, care să inspire încredere și respect din partea cetățenilor.

Acestea sunt doar câteva exemple de modalități prin care avocații pot să se implice în creșterea nivelului de educație juridică în țara noastră. Cred că acesta este un obiectiv important și necesar, care ar contribui la consolidarea statului de drept și la îmbunătățirea calității vieții cetățenilor.

Comaniile caută avocați care să le înțeleagă afacerea și industria, care să ofere consultanță în zone care depășesc sfera juridică, care să ofere servicii multidisciplinare în domenii juridice multiple și să folosească mai eficient tehnologia. Cât de mult a schimbat tehnologia modul de lucru al avocaților și comunicarea acestora cu autoritățile și clienții?

Tehnologia a schimbat radical modul de lucru al avocaților și comunicarea acestora cu autoritățile și clienții. Avocații trebuie să se adapteze la noile cerințe și provocări ale pieței, care implică o mai mare flexibilitate, eficiență și inovație. Unele dintre schimbările majore pe care le-a adus tehnologia în domeniul juridic sunt:

- Digitalizarea documentelor și a proceselor juridice. Avocații pot să acceseze, să stocheze, să transmită și să proceseze documente juridice în format electronic, ceea ce reduce costurile, timpul și spațiul necesare.

“**Tehnologia a schimbat radical modul de lucru al avocaților și comunicarea acestora cu autoritățile și clienții. Avocații trebuie să se adapteze la noile cerințe și provocări ale pieței, care implică o mai mare flexibilitate, eficiență și inovație.**

- Utilizarea unor instrumente și platforme digitale pentru comunicarea și colaborarea cu autoritățile și clienții. Avocații pot să comunice și să interacționeze cu autoritățile și clienții prin intermediul unor canale digitale, cum ar fi e-mail, telefon, videoconferință, chat, rețele sociale, etc., ceea ce le permite să ofere servicii mai personalizate, rapide și convenabile. De asemenea, avocații pot să colaboreze cu alți avocați sau experți din diferite domenii și jurisdicții, ceea ce le permite să ofere servicii multidisciplinare și să rezolve probleme complexe.
- Aplicarea unor soluții bazate pe inteligență artificială și automatizare pentru optimizarea activităților juridice. Avocații pot să se folosească de unele soluții bazate pe inteligență artificială și automatizare pentru a oferi consultanță în zone care depășesc sfera juridică, cum ar fi afaceri, finanțe, marketing, etc., ceea ce le permite să înțeleagă mai bine afacerea și industria clienților și să le ofere soluții integrate și adaptate.

Acestea sunt doar câteva exemple de moduri în care tehnologia a schimbat modul de lucru al avocaților și comunicarea acestora cu autoritățile și clienții. Cred că acesta este un proces inevitabil și benefic, care presupune o adaptare continuă și o învățare permanentă din partea avocaților. Avocații care vor ști să folosească tehnologia în avantajul lor și al clienților lor vor avea un avantaj competitiv pe piața juridică.

 **STEFANIA MACIUCEANU**
LAW OFFICE

Email: stefania@maciuceanu.law

Premieră în România: Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene (MIPE) a folosit roboți RPA Tailent pentru a evalua cele 7.188 de cereri de finanțare depuse de IMM-uri, automatizând cel mai amplu proiect de digitalizare în cadrul PNRR

Tailent, o companie românească de tehnologie RPA, a furnizat Ministerului Investițiilor și Proiectelor Europene (MIPE) soluția pentru automatizarea operațiunilor apelului „Digitalizarea IMM-urilor Grant de până la 100.000 euro pentru adoptarea tehnologiilor digitale” din cadrul PNRR. Tailent Automation Platform, implementată de ETA2U - unul dintre cei mai importanți integratori de soluții și servicii IT din România, a optimizat procesele necesare gestionării eficiente a celor 7.188 de cereri de finanțare depuse.

Roboții Tailent, implementați în premieră pentru România la acest nivel de o instituție publică centrală, au automatizat operațiunile esențiale pentru gestionarea apelului, ajutând MIPE să accelereze etapa de evaluare tehnică și financiară. Programul derulat de MIPE a fost creat pentru a susține IMM-urile să adopte tehnologii digitale, oferind finanțare de până la 100.000 de euro pentru fiecare companie selectată, conform criteriilor.

„MIPE dorește să devină un exemplu în digitalizarea operațiunilor interne și serviciilor oferite populației, fiind printre primele instituții publice centrale care apelează la tehnologia inovatoare RPA. Astfel, vrem să fim un exemplu nu doar pentru beneficiarii apelului, ci și pentru toate companiile și instituțiile publice românești, să le transmitem că transformarea digitală este nu doar posibilă, ci și susținută pentru dezvoltarea sustenabilă a economiei naționale”, a afirmat **Adrian Căciu, Ministrul Investițiilor și Proiectelor Europene**.

Tehnologia Tailent și implicarea ETA2U au contribuit semnificativ la succesul proiectului, prin sprijin constant și o colaborare eficientă cu echipele ministeriale pe toată durata proiectului. Roboții Tailent au preluat sarcinile



repetitive și mari consumatoare de timp, ajutând în acest fel responsabilii de proiect din MIPE să se poată concentra mai bine pe relația cu beneficiarii.

„Pentru România este o premieră, un semnal clar dat de administrația publică centrală că lentila pusă pe digitalizarea României este o misiune extrem de importantă, asumată și susținută. Este îmbucurător că utilizarea tehnologiei RPA are loc pentru prima oară chiar în cadrul unui proiect care susține IMM-urile din România pe drumul lor către digitalizare”, a subliniat **Mario Popescu, Co-Founder și CEO Tailent**.

Roboții Tailent au avut sarcini precum gestionarea proiectelor, validarea și prelucrarea fișierelor, deschiderea canalelor de comunicare cu beneficiari, organizarea și procesarea documentelor, pregătirea și susținerea activităților de contractare. Mai mult, roboții software au complementat activitatea oamenilor folosindu-se de un mediu digital, oferind interconectare și interoperabilitate între instituții publice cheie precum ANAF, Ministerul Finanțelor și Oficiul Național al Registrului Comerțului (ONRC), în baza protocolului inter-instituțional al MIPE.

„O strategie eficientă de digitalizare la nivel național implică o viziune clară, pe termen lung. Misiunea noastră, la Tailent, este tocmai să susținem mediul de business și instituțiile publice în demersurile de digitalizare, oferind o tehnologie eficientă și accesibilă. Nevoia de digitalizare rămâne în continuare mare, semnalele confirmă că mergem în direcția bună și că liderii, atât din sectorul public, cât și din cel privat, sunt cei care dau tonul transformării digitale utilizând soluții tehnologice inovatoare. Prin acest proiect am demonstrat că RPA facilitează accesul la automatizare al mai multor actori, iar soluțiile Tailent au capacitatea să susțină proiecte de anvergură care contribuie la digitalizarea României”, a completat **Mario Popescu**. Strategia globală a Tailent rămâne aceea de a democratiza accesul la tehnologiile de automatizare pentru organizațiile din întreaga lume. În ultimii ani, Tailent a încheiat mai multe parteneriate strategice importante cu furnizori de soluții și servicii de top, precum Gambit Digital, Crayon, Encorsa, Wolters Kluwer, Visa, Aliant, Recycle International, ETA2U, Serviceaide, htss, RBC, ASEE, ca parte a unui proces rapid de expansiune globală.

Bijuteriile oferă nu doar o senzație de strălucire, ci și un plus de feminitate și încredere

Interviu cu Petronela Băcanu, Fondatorul Modart.ro

Cum a luat naștere Modart și care a fost inspirația din spatele acestui brand de bijuterii?

Modart s-a născut din pasiunea mea pentru artă și frumos în general.

În spatele acestui brand se află dorința de a oferi emoții, trăiri și sentimente celor dragi, prin bijuterii create cu suflet și atenție la detalii, care să devină amintiri pe viață. Ideea a prins contur datorită celor trei minuni din viața mea, Tudor, Vladimir și Catia, și a fost întregită de dorința de a dezvolta Colecția Mama, o expresie autentică a iubirii și sensibilității, dar și a exprimării feminității cu ajutorul bijuteriilor, inclusiv în rolul de mamă, când timpul pentru noi ca femei este destul de limitat.

Cum descrii conceptul din spatele Modart și cum se reflectă acesta în bijuteriile create?

La Modart credem că bijuteriile oferă nu doar o senzație de strălucire, ci și un plus de feminitate și încredere. Ele aduc o stare de bine și, mai ales, poartă cu ele valoare sentimentală, dacă ne raportăm la bijuteriile pe care le primim încă de la botez sau bijuteriile care marchează momente precum logodna sau căsătoria. Atunci când o bijuterie este oferită de cei dragi, devine o amintire prețioasă, un simbol al iubirii și conexiunii.

Cum consideri că bijuteriile influențează starea de bine și feminitatea unei femei?

Bijuteriile au puterea de a completa și de a sublinia frumusețea naturală a unei femei. Ele nu sunt doar accesorii, ci expresii ale

personalității și gustului. Atunci când o femeie poartă o bijuterie care o reprezintă, se simte mai sigură și emană feminitate și eleganță.

Ce înseamnă Colecția Mama pentru tine și cum se integrează aceasta în povestea Modart?

Colecția Mama este un capitol special în povestea Modart. Ea reprezintă omagiul meu adus maternității și legăturii unice dintre mamă și copil. Fiecare bijuterie din această colecție poartă în sine povestea unei iubiri necondiționate și a momentelor deosebite din viață.

Cum vezi evoluția Modart.ro în viitor și ce direcție îți propui să urmezi cu acest brand?

Atât în prezent cât și în viitor, ne propunem să continuăm să aducem bucurie și inspirație clienților noștri, contribuind la o industrie mai conștientă și etică. Ne dorim ca bijuteriile noastre să devină martori ai unor momente esențiale din viețile clienților noștri: de la bijuteriile primite la botez sau logodnă, până la cele purtate în ziua căsătoriei sau chiar la cadourile pe care le oferim celor dragi la aniversări. Aceste bijuterii nu sunt doar accesorii, ci și amintiri tangibile ale iubirii și

angajamentului, transmise din generație în generație.

Personal, consider că bijuteriile din metale prețioase sunt o modalitate de a îmbrăca emoțiile noastre și de a crea frumusețe în viața noastră, indiferent de contextul exterior.

Ce feedback ai primit de la comunitatea ta și cum contribuie aceasta la evoluția Modart.ro?

Feedback-ul comunității noastre este inestimabil. Ne bucurăm să vedem cum bijuteriile noastre devin parte din poveștile oamenilor, iar aprecierile și sugestiile lor ne ghidează în a aduce îmbunătățiri și inovații constante.

Care sunt valorile fundamentale ale Modart și cum se reflectă acestea în produsele create?

Valorile noastre fundamentale includ pasiunea pentru frumos, autenticitatea și respectul față de clienți. Aceste valori se reflectă în fiecare bijuterie creată, în atenția la detalii, calitatea materialelor și designul distinctiv cât și printr-o politică flexibilă de înțelegere a clientului, mereu în favoarea acestuia.

Care sunt planurile și obiectivele pe termen lung ale Modart.ro?

Pe termen lung, ne dorim ca Modart să devină un punct de referință în lumea bijuteriilor, recunoscut pentru designul inconfundabil și calitatea ireproșabilă. Ne dorim să continuăm să inspirăm oamenii și să contribuim la construirea unui univers al bijuteriilor din materiale pretioase autentice și remarcabile.



Ne bucurăm să vedem cum bijuteriile noastre devin parte din poveștile oamenilor, iar aprecierile și sugestiile lor ne ghidează în a aduce îmbunătățiri și inovații constante.



Ne dorim ca Modart să devină un punct de referință în lumea bijuteriilor, recunoscut pentru designul inconfundabil și calitatea ireproșabilă.



Cum îți imaginezi Modart.ro influențând modul în care oamenii percep și apreciază bijuteriile?

Vrem ca Modart.ro să fie sinonim cu eleganța și rafinamentul în lumea bijuteriilor, dar în același timp ne dorim ca bijuteriile noastre să contribuie la construirea și celebrarea momentelor speciale din viața clienților noștri. La Modart, înțelegem că astfel de momente aduc cu ele emoții profunde, iar bijuteriile noastre sunt create pentru a le celebra și a le încapsula într-o formă de artă. Fiecare piesă este concepută având în minte ideea

de a deveni o amintire prețioasă, o parte a poveștii tale care să dureze o viață.

De ce ar trebui să alegem bijuterii de pe Modart.ro atunci când vrem să dăruim cadouri?

Bijuteriile Modart nu sunt doar obiecte frumoase, ci și purtătoare de emoții și trăiri. Fie că alegi o bijuterie pentru tine sau pentru cineva drag, fiecare piesă este gândită pentru a aduce bucurie și a împărtăși emoții unice. Atunci când alegi o bijuterie Modart pentru a o oferi cuiva drag, oferi mai mult decât un simplu obiect; oferi

o poveste, un simbol și un moment de neuitat.

Sloganul „Modart – dăruiește emoții, trăiri și sentimente cu noi” nu este doar un simplu slogan, el reflectă angajamentul nostru de a aduce la viață fiecare cadou și de a transforma bijuteriile în mesageri ai emoțiilor noastre cele mai profunde. Suntem dedicați să aducem plus valoare fiecărui cadou, pentru că știm că fiecare bijuterie are puterea de a crea amintiri prețioase și de a împărtăși emoții sincere. Te invit și pe tine să alegi Modart.ro pentru a dăruii trăiri autentice prin fiecare bijuterie/cadou.

Aducem siguranța, calitatea, inovația, protecția mediului și interesele antreprenoriale la un numitor comun

Interviu cu George Gheorghiu, Head of Certification, TÜV Austria România

TÜV Austria România activează din 2007 în țara noastră, fiind parte activă a unui grup la nivel internațional, cu o bogată experiență în Siguranță, Calitate și Protecția mediului. Cu ce rezultate încheiați anul 2023?

Economia globală în acest moment aduce multe provocări oricărei companii din România. În acest context, TÜV Austria România își continuă strategia de dezvoltare prin diversificarea serviciilor oferite sectorului de afaceri și persoanelor fizice. Noi, Tuv Austria România, suntem mândri că reușim să ne adaptăm și să facem performanță an de an, astfel încât am fost desemnați anul acesta, pentru al 13-lea an consecutiv, numărul 1 în "Topul Național al Firmelor" organizat de Camera de Comerț și Industrie a României. Ne dezvoltăm continuu, suntem atenți la cerințele clienților noștri și reușim împreună cu ei să depășim orice provocare. În 2023 am adus în portofoliul nostru noi servicii de certificare și laborator pentru companiile din domeniul producției de materiale de construcții și tâmplărie termoizolantă, prin preluarea a 70% din firma Axa Cert. Astfel, TÜV Austria România răspunde clienților din acest segment economic prin profesionalism și implicare.

Serviciile noastre: inspecții, certificări, teste de laborator (testări nedistructive și distructive, testare a apei, testare alimente) și pregătire profesională, bazate pe acreditări naționale și internaționale confirmă preocuparea TÜV Austria România de a oferi servicii cu un nivel ridicat de încredere.

Cât de mult a contat know-how-ul companiei mamă în evoluția companiei?

Educația, experiența și formarea continuă fac din Grupul TÜV AUSTRIA, cu cei peste

1.300 de angajați în departamentele tehnice, un partener competent în toate aspectele legate de siguranță, calitate și protecția mediului.

Începând cu 2007, TÜV Austria România aduce în piața din România servicii cu un grad ridicat de încredere și profesionalism, implementând know-how-ul TÜV Austria, cu o experiență de peste 150 de ani în acest domeniu.

Aducem siguranța, calitatea, inovația, protecția mediului și interesele antreprenoriale la un numitor comun. De la industrie la comerț, indiferent de dimensiunea acestora, la sectoarele de sănătate și la instituții științifice și de cercetare.

Aveți un laborator acreditat care efectuează analize fizico-chimice de mediu și pentru produse agroalimentare. Care sunt cele mai solicitate analize?

În piața serviciilor de laborator, TÜV Austria România este o prezență binecunoscută și într-o continuă dinamică. Serviciile noastre se adresează unui domeniu foarte larg de activități, impunându-se astfel o serie de acreditări și autorizări de la instituții naționale și internaționale. IAS, RENAR, ANSVSA sunt doar câteva dintre acestea. Realizăm în cadrul laboratoarelor TÜV Austria România determinări fizico-chimice și microbiologice pentru produse agroalimentare, apă, aer, sol, produse cosmetice și produse petroliere. Ne actualizăm permanent lista de determinări în funcție de cerințele clienților și modificările legislative. Echipa de profesioniști și dotarea ultramodernă permite, de asemenea dezvoltarea unor servicii personalizate în funcție de cerința clientului.

Ne bucurăm să vedem că siguranța și calitatea produselor sunt o preocupare

constantă pentru producătorii și comercianții din România, această preocupare reflectându-se în solicitările pentru analize de laborator.

Ce sisteme de management certificați? Care sunt cele mai utilizate? Care sunt costurile acestor certificări?

Certificarea este o confirmare a îndeplinirii cerințelor unui standard de către un organism de certificare acreditat și/sau autorizat de diferite entități. Prin certificările obținute în urma auditurilor sau inspecțiilor efectuate de TÜV Austria, organizațiile pot demonstra conformitatea cu standardele de referință și conformarea cu normele și cerințele legale aplicabile.

Pot fi certificate organizațiile, produsele și personalul. Pentru fiecare dintre aceste activități, TÜV Austria are acreditări și autorizări recunoscute la nivel internațional. În funcție de domeniul de activitate, destinația produselor sau cerințele de conformare există standarde în baza cărora putem furniza servicii de certificare:

- **Calitate:** ISO 9001 (sistem de management al calității)
- **Mediu:** ISO 14001 (sistem de management al mediului)
- **Sănătate și Securitate în Muncă:** ISO 45001
- **Sisteme de management integrat (SMI)** ISO9001; ISO14001; ISO45001
- **Sisteme de management al siguranței alimentelor:** ISO 22000, FSSC 22000, IFS Food, IFS-Broker, BRC Food
- **Sisteme de management al energiei ISO 50001**
- **Sisteme de management în industria auto IATF 16949**
- **Certificare Ecologică**
- **Audit și certificare Cyber Security pentru infrastructura critică – cf. Directivei NIS**



Costurile sunt diferite în funcție de mărimea companiei, tipurile de certificări și perioada de certificare, dar sunt o investiție sigură pentru companie care aduce plus valoare internă și în fața partenerilor externi.

Pe lângă serviciile de certificare, mai oferiți servicii de audit informatic și de testări informatice, servicii de formare profesională, servicii de testare și de analiză a compoziției și a purității, etc. Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră?

Auditul informatic este un proces complex ce necesită o infrastructură adecvată și permanent îmbunătățită, o echipă bine pregătită. Serviciile sunt furnizate în baza autorizării DNSC (Directoratul Național pentru Securitate Cibernetică).

Măsurile de securitate pentru protecția serviciilor și sistemelor esențiale împotriva atacurilor cibernetice: controlul identității și accesului, securitatea datelor și a serviciilor, politicile și procesele de protecție a informațiilor sunt necesare indiferent de domeniul de activitate și dimensiunea organizației.

Avem un portofoliu de clienți foarte variat: companii private și publice din infrastructura critică (energie, transporturi servicii aeroportuare) sau instituții ale statului.

Cât de matură este industria românească, în sensul că au nevoie de aceste certificări și servicii?

Economia românească a avut evoluție semnificativă în ultimile decenii.

Diversificarea și modernizarea au fost cuvintele cheie, iar anumite sectoare au atins un nivel considerabil de maturitate. De exemplu, industria auto, cea de IT și sectorul energetic au cunoscut creșteri substanțiale. Toate companiile din aceste domenii vor să colaboreze cu parteneri care respectă aceleași standarde internaționale. În cadrul TUV Austria România am observat dorința clienților de a implementa și certifica standarde noi și de a se sincroniza cu partenerii lor externi. Companiile din România au realizat că pot să își crească vizibilitatea și încrederea dacă au implementat standardele internaționale de certificare, parteneriatele fiind astfel mult mai solide și mai ușor accesibile.

Cum vedeți, în viitor, cererea de servicii de certificare, în România?

Decizia de certificare arată respectul companiilor pentru clienții lor. Aceste certificări le comunică angajamentul managementului de a atinge obiectivele de calitate, de mediu sau de siguranță alimentară. Pe o piață extrem de competitivă, o certificare eliberată de un organism independent și binecunoscut, precum TUV Austria, confirmă aceste angajamente. Echipele de management vor trebui să se adapteze la noi tehnologii, inovații și strategii competitive care să răspundă nevoilor clienților lor, exploatând tendințe globale precum inteligența artificială și ESG (Environmental, Social and Governance). Standardele de certificare se modifică periodic și se adaptează la cerințe noi. Economia globală are nevoie de libera

circulație a mărfurilor și serviciilor ce trebuie să se încadreze standardele specifice domeniului. Elementul comun acestor activități este certificarea.

CertIFICATELE TÜV AUSTRIA SUNT RECUINSCUTE ÎN ÎNTREG SPAȚIUL ECONOMIC EUROPEAN ȘI ÎN ÎNTEAGA LUME.

Cerințele clienților noștri sunt în continuă schimbare. Ceea ce rămâne este nevoia constantă de siguranță și calitate.

Cum funcționează Academia TÜV Austria România? Ce cursuri oferiți?

Academia TUV Austria România activează din 2007 pe piața cursurilor de formare profesională din România și se adresează companiilor de orice mărime sau persoanelor fizice. Cursurile sunt acreditate național de către ANC (Autoritatea Națională pentru Calificări) și internațional de CQI I IRCA (Chartered Quality Institut – International Register of Certified Auditors).

Disponând de mijloace logistice și de personal înalt calificat, cu o bogată experiență, organizăm cursuri atât la sediile noastre din București, Timișoara, Ploiești, Constanța, Cluj sau Iași, cât și în orice locație solicitată de clienți. Din anul 2020, ne-am adaptat la condițiile impuse organizăm cursuri online live și elearning. Anual organizăm peste 300 de cursuri și avem un număr de aproximativ 1.800 de cursanți.

În cadrul Academiei TUV Austria România organizăm cursuri în domeniul auditului sistemelor de management ale Calității, Mediului, Siguranței Alimentare, Siguranței și Sănătății Ocupaționale, Securitatea Informației etc.

Recunoașterea națională și internațională în obținerea calificării din domeniul de activitate vizat este unul din avantajele cursurilor de formare profesională în cadrul Academiei TUV Austria România.



Există variante de salvare a afacerilor în dificultate și fără stigmatul insolvenței

Interviu cu Andreea Zvâc – Counsel, Wolf Theiss

Este de așteptat ca numărul firmelor care apelează la procedura insolvenței să crească susținut, în următoarea perioadă. Împărtășiți această prognoză? În ce domenii vom avea mai multe insolvențe?

Într-adevăr, raportat la informațiile care există în prezent cu privire la evoluția contextului economic, apar a fi justificate așteptările profesioniștilor cu privire la creșterea numărului firmelor care vor fi nevoite ca în 2024 să apeleze la procedura insolvenței. Avem în vedere aici prognozele privind o creștere economică relativ lentă în anul 2024, continuarea politicii stricte de finanțare dar și dobânzile extrem de crescute, la care se adaugă și măsurile fiscale intrate recent în vigoare. Față de aceste situații este de așteptat ca finanțatorii să țină cont de contextul economic previzionat și să rămână conservatori cu privire la expunerea pe care o pot accepta, iar această abordare urmează a se răsfrânge în zona antreprenorială. Cele mai vizibile vulnerabilități se observă la micii antreprenori dar și la investitorii din domeniul imobiliar, indiferent de mărimea acestora, dependenți în foarte multe cazuri de orice modificări financiare, cu privire la taxe sau la condițiile de creditare. Este însă de dorit ca toate mecanismele de prevenire a insolvenței, în forma reglementată acum de Legea nr. 85/2014, după implementarea Directivei privind restructurarea preventivă, să poată fi accesate și utilizate eficient de către companiile care își văd afacerea pusă în pericol. Aceste proceduri creează cadrul pentru ca orice companie în dificultate să încerce să își păstreze potențialul economic

al afacerii, prin utilizarea unor mecanisme mai puțin formale decât insolvența, care pun accent pe capacitatea managerială și pe negocierea cu creditorii, cu sprijinul unui specialist. La acest moment, nu putem spune că există multe povești de succes cu privire la utilizarea acestor mecanisme, însă nici timpul trecut de la implementarea Directivei privind restructurarea preventivă nu este unul care să fi permis crearea unei practici relevante și a observării unor rezultate concrete.

Ar trebui ca existența acestor mecanisme de prevenire a insolvenței să fie în continuare promovată în mediul antreprenorial, pentru a se înțelege că există variante de salvare a afacerilor în dificultate și fără stigmatul insolvenței. Însă toate aceste mecanisme se pot dovedi eficiente doar dacă problemele financiare sunt conștientizate și adresate din timp. Pentru o conștientizare eficientă sunt utile și mecanismele de monitorizare și sistemele de avertizare timpurie utilizate deja de către instituțiile bancare, acestea putând furniza antreprenorilor din timp indicii cu privire la problemele de funcționare ale afacerii.

Influențează insolvența gradul de finanțare a unei companii?

În mod evident da, deși pentru multe din companiile în insolvență obținerea unei finanțări ar putea să fie unica șansă de restructurare și salvare a afacerii. Finanțarea în cadrul procedurilor de restructurare preventivă sau insolvență rămâne calea cea mai eficientă de a susține restructurarea afacerii, modalitățile de finanțare a unei firme în insolvență putând consta în creditul furnizor, factoring, împrumuturile de la asociați, creditarea

bancară (linii de credit, scrisori de garanție bancară, finanțare ipotecară pentru achitarea integrală a programului de plată, credite de investiții etc.), vânzarea în regim de consignatie, leasingul, reducerile de datorii, eșalonări la plată, scăderi ale dobânzilor. Cu toate acestea, băncile și alte instituții finanțatoare manifestă o reticență crescută cu privire la acordarea unor finanțări în insolvență deoarece este dificil ca o companie care are deja probleme financiare să poată oferi confirmări și garanții suficiente pentru a asigura acordarea și rambursarea finanțării. Legea nr. 85/2016 a recunoscut la nivel de principiu atât importanța accesului companiilor în dificultate sau în insolvență la surse de finanțare, dar și faptul că prin implementarea procedurilor reglementate de lege trebuie să se acorde debitorilor o șansă de redresare eficientă a afacerii. Astfel că insolvența nu trebuie să însemne o închidere totală a accesului la finanțare. Pentru a asigura accesul la sursele de finanțare, legislația a acordat o "super-prioritate" celor care finanțează companiile în dificultate sau insolvență, în scopul continuării activității în perioada de observație sau a implementării planului de reorganizare. Este consolidată astfel protecția finanțatorilor atât din perspectiva priorității la plată, dar și față de eventuale acțiuni în anulare într-o procedură de insolvență ulterioară. Mecanismele reglementate la acest moment în legislația insolvenței susțin prioritatea la recuperarea creanțelor finanțatorilor, chiar și din sumele provenite din vânzarea bunurilor deja afectate de ipotece sau alte tipuri de garanții, însă este de observat și faptul că decizia de oportunitate cu privire la astfel de finanțări



insolvență, deoarece acestea pot influența modul în care compania se raportează la industrie, își alege angajații și colaboratorii și se organizează intern, își stabilește strategia și își negociază parteneriatele, și în final determină șansele acestora de salvare și continuare a afacerii. Specializarea în tot ceea ce înseamnă diversele fațete ale restructurării, atât economice cât și legale, a tuturor facturilor de decizie și de implementare din procedura restructurării preventive și a insolvenței apare ca fiind una din cele mai importante condiții de îndeplinit pentru a asigura șansele de redresare a unei companii.

Procedura de reorganizare nu are succes fără o colaborare eficientă între administratorul judiciar și reprezentanții administratorului special. Ce ne puteți spune despre această relație, ținând cont de experiența dumneavoastră în procedurile de reorganizare?

Atât în procedurile de restructurare preventivă dar și în insolvență, practicianul în insolvență trebuie să aibă capacitatea de a media interesele companiei în dificultate sau insolvență și interesele creditorilor, dar și de a pune la un loc toate informațiile necesare cu privire la afacerea debitorului, pentru a găsi calea viabilă de restructurare. Nimic din toate acestea nu se poate face fără colaborarea administratorului special, ale cărui cunoștințe și competențe sunt esențiale pentru restructurare. Mai ales că, după aprobarea planului de reorganizare, administratorul special este cel care va asigura în principal administrarea și implementarea măsurilor prevăzute în plan. Numai că foarte des întâlnim în practică dezechilibre în astfel de colaborări, unde ori practicianul în insolvență preia cea mai mare parte din responsabilitate cu privire la procesul de decizie, iar administratorul special are doar un rol formal, ori unde practicianul în insolvență se asigură doar de formalizarea deciziilor, activitatea companiei fiind în cea mai mare parte gestionată de administratorul special. În esență, în astfel de cazuri insolvența este doar un "paravan" pentru asigurarea continuării activității companiei, fără schimbări esențiale, dar sub protecția

este în totalitate la dispoziția creditorilor istorici ai companiei, al căror interes este în principal recuperarea creanței lor, nu neapărat diminuarea șanselor de recuperare a acestora prin creșterea expunerii companiei și instituirea unor creditori cu prioritate la distribuirea sumelor realizate din valorificarea bunurilor debitorului.

Credem totuși că pentru accesarea unei finanțări nu are cum să fie suficient a se demonstra creditorului finanțator că, în cazul în care compania nu poate efectua plata, acesta are posibilitatea să își recupereze prioritar creanța, din valorificarea activelor debitorului. Este la fel

de important a se putea demonstra potențialului creditor finanțator că există premise solide pentru ca debitorul să continue activitatea și să obțină venituri din aceasta, suficiente pentru a putea rambursa finanțarea, fără a fi necesară lichidarea activelor. Astfel de asigurări nu se pot oferi decât în baza unor planuri de afaceri elaborate de către companie în colaborare cu practicieni în insolvență, cu pregătire și experiență în astfel de restructurări dar și cu privire la cerințele finanțatorilor, care sunt uneori extrem de sofisticate. Astfel că deciziile de management reprezintă un factor decisiv în a asigura finanțarea unei companii în restructurare preventivă sau

Andreea Zvâc este Counsel în cadrul biroului Wolf Theiss București și este specializată în litigii și arbitraj internațional, achiziții publice, restructurare și insolvență. Având o experiență de 18 ani în domeniul juridic, Andreea Zvâc a acordat consultanță unor investitori străini într-o mare varietate de litigii dar și cu privire la proceduri de achiziții publice. Andreea Zvâc s-a implicat într-o gamă largă de litigii de natură civilă și comercială, arbitraje comerciale precum și în proceduri complexe de executare silită, într-o varietate de industrii. Totodată Andreea Zvâc a fost și este implicată în mai multe proceduri de insolvență a unor companii importante din România, care implică aspecte complexe de aplicare a legislației (românești și europene) dar și de decizii privind strategia de business care trebuie aplicată în vederea reorganizării companiei insolvente. A absolvit Facultatea de Drept din cadrul Universității București și deține o diplomă de master în dreptul muncii, în cadrul aceleiași universități și este membră a Baroului București din anul 2005.

reglementării speciale. Un exemplu practic în acest sens este situația în care creditorul solicită administratorului judiciar luarea unei măsuri sau decizii, iar administratorul judiciar solicită și mai apoi confirmă punctul de vedere al administratorului special cu privire la solicitarea creditorului. În oricare din cele două situații menționate anterior, scopul mecanismelor de prevenție sau restructurare nu este atins deoarece sunt reduse ori șansele de restructurare ale companiei, ori șansele creditorilor de a-și recupera creanțele.

Insistăm cu privire la nevoia de specializare și sofisticare a practicienilor în insolvență, pe umerii cărora legea lasă întreaga responsabilitate a dezvoltării strategiei de restructurare, pentru ca aceștia să poată identifica soluțiile care sunt eficiente pentru companie, atât din punct de vedere financiar cât și operațional.

Ce ne poți spune și despre rolul și intervenția judecătorului sindic în ceea ce privește procedurile de restructurare preventivă și în insolvență?

Puterea de decizie în cadrul procedurii insolvenței este în principal la creditorii societății în insolvență, aceștia putând stabili direcția procedurii prin votul dat în Adunarea Creditorilor și a Comitetului Creditorilor. Din același motiv, rolul obișnuit al judecătorului sindic este de asigurare a legalității procedurii. S-a făcut astfel în practică o distincție între decizia de oportunitate (managerială) a creditorilor și decizia de legalitate a judecătorului sindic, în sensul că le este acordat creditorilor dreptul de a decide cu privire la desfășurarea/conducerea procedurii insolvenței (de exemplu de a decide vânzarea unor bunuri, procedura de vânzare și prețul de vânzare) atâta timp cât o astfel de decizie este luată în limitele reglementării aplicabile (de exemplu, nu există o interdicție de vânzare a bunurilor). Am putea spune chiar că nu ar trebui să existe o ingerință a judecătorului sindic în decizia de oportunitate a creditorilor, creditorii fiind cei în principal interesați să ia decizii ce pot conduce la recuperarea creanței lor. Distincția nu este evident una absolută, iar în interpretarea dată legii de către



instanțele de judecată observăm diverse abordări care fac volatilă limita dintre cele două noțiuni, cel mai evident fiind în cazul procedurii de confirmare a planului de organizare de către judecătorul sindic. În acest caz judecătorul sindic trebuie să verifice nu numai dacă planul a fost aprobat în condițiile legii și conține toate elementele legale, ci și posibilitatea de realizare/viabilitatea acestuia. Magistratul trebuie să facă această analiză și luând în considerare scopul procedurii, constând în acordarea șanse de redresare a activității acesteia, respectiv, a prevalenței reorganizării judiciare în defavoarea falimentului. La o primă vedere, decizia de oportunitate pe care o iau creditorii cu privire la planul de reorganizare (în special cu privire la măsurile de restructurare) nu ar trebui să se suprapună cu viabilitatea planului, care înseamnă dacă acest plan poate fi implementat cu succes sau nu, însă în practică au fost exprimate și diverse opinii contrare. Apreciem că, și dacă nu este exclus ca, în anumite situații, aspectele care țin de oportunitatea planului să se suprapună cu

viabilitatea acestuia, aprecierea asupra acestor aspecte ar trebuie să se facă numai de la caz la caz, iar ingerința în decizia creditorilor să fie una proporțională, pentru a se putea păstra echilibrul între puterile diferiților participanți din procedura insolvenței.

Instanțele sunt foarte ocupate cu dosarele având ca obiect contenciosul administrativ și fiscal. Cum vedeți interesul șefilor de instituții publice în a avea angajați care stăpânesc bine legislația și procedurile, pentru a preveni litigiile?

La acest moment nu observăm nici măcar o intenție din partea instituțiilor publice de a identifica metode pentru a preveni litigiile sau, în cazul dificultăților financiare sau al insolvenței, de a sprijini restructurarea și salvarea companiilor. Este adevărat că stăpânirea legislației și a procedurilor poate fi de ajutor, însă sunt numeroase alte elemente care ar trebui implementate pentru ca la nivel administrativ să existe o abordare eficientă și funcțională, în ceea ce privește litigiile dintre autorități și entitățile de drept privat. În special ar trebuie restrânsă povara birocratică, formalismul excesiv în detrimentul soluționării eficiente a problemelor, dar și să se dezvolte un proces de decizie corect, care să nu aibă la bază o teamă nejustificată de consecințe sau aversiune față de risc pentru personalul din instituțiile publice.

Din practică observăm că orice problemă a cărei rezolvare implică o analiză managerială/funcțională și care nu este acoperită expres de lege va fi lăsată pentru a fi analizată și decisă de către instanțele de judecată. Aceleași abordări le observăm și în cazul în care instituțiile publice sunt creditorii în proceduri de insolvență, unde demersurile făcute de reprezentanții acestora nu iau în considerare și nu sprijină în niciun fel restructurarea, testul creditorului privat fiind în cele mai multe situații, doar o formalitate.

Wolf Theiss

Rock Holding semnează cu Kempinski pentru primul complex hotelier de cinci stele de lux din Poiana Brașov

Rock Development Holding, una dintre cele mai active companii de dezvoltare imobiliară de pe piața rezidențială din București, a încheiat un parteneriat cu Kempinski Hotels, grupul hotelier de lux cu cea mai îndelungată existență din Europa, în urma căruia renumitul lanț va deschide prima sa unitate din România – primul hotel de cinci stele din Poiana Brașov.

Proiectul va atrage o investiție de 70 de milioane de euro din partea Rock Holding, urmând a fi primul complex hotelier de cinci stele de lux din regiunea Transilvaniei și debutul parteneriatului dintre cele două companii. Proiectul va marca și intrarea Rock Holding pe piața ospitalității din România, după ce a dezvoltat proiecte rezidențiale de referință în București.

”Munții din regiunea Brașovului sunt unii dintre cei mai spectaculoși din lume și suntem încântați că am găsit o nouă destinație pentru Kempinski în Poiana Brașov”, a declarat **Bernold Schroeder**, CEO Kempinski Group și President of the Management Board Kempinski AG. ”Ne dorim ca împreună cu Rock Holding să implementăm cele mai ridicate niveluri de lux pe scena ospitalității din regiune și să oferim o experiență cu adevărat de cinci stele tuturor turiștilor care vor alege România.”

Facilitățile extinse de SPA și wellness (by Resense Spa – global leader in luxury spa&wellness) vor intensifica puterile vindecătoare ale peisajului montan, în timp ce trei restaurante vor prezenta aromele fine-dining internaționale. Un centru de conferințe și un spațiu pentru organizarea de evenimente corporative și private vor întregi varietatea generoasă de servicii și facilități. Noul proiect hotelier va intra astfel în constelația globală a Kempinski, care numără 82 de hoteluri și reședințe de lux în destinații ultra-luxoase din Europa, Asia-Pacific, Orientul Mijlociu, Africa, America



Centrală și Caraibe, la care se adaugă 26 de proiecte aflate în dezvoltare în prezent.

”Poiana Brașov este fără îndoială unul dintre cele mai atractive locuri din România și prezintă un potențial ridicat de dezvoltare”, a declarat **Mircea Cotiga**, CEO și unul dintre fondatorii Rock Holding.

”Viziunea noastră pentru Poiana Brașov este de a crea un refugiu montan de lux, care să ofere vizitatorilor experiențe memorabile și o serie de facilități concepute pentru a satisface nevoile de activități în aer liber, divertisment, relaxare și wellness. Acest proiect va oferi o casă de vacanță pentru oricine caută un colț de paradis în mijlocul Munților Carpați.”

Oaspeții cazați în stațiunea montană Poiana Brașov vor avea acces direct la aproape 24 de kilometri de pârtii de schi amplasate pe flancurile Masivului Postăvarul, una dintre cele mai pitorești zone de munte din Europa Centrală, iar în pădurile din vecinătate pot fi surprinși și urși brun. Orașul Brașov, amplasat în imediata apropiere a stațiunii, găzduiește biserici gotice, străzi pietruite și case baroce care evocă esența Transilvaniei. Oaspeții pot ajunge în mai puțin de 45 de

minute la unele dintre destinațiile obligatorii de vizitat din România, inclusiv Castelul Bran – casa contelui Dracula, turnurile de basm ale Castelului Peleş și zidurile puternice ale Cetății Râșnov.

Despre Kempinski: Creat în 1897, Kempinski Hotels este grupul hotelier de lux cu cea mai îndelungată existență din Europa. Moștenirea bogată a Kempinski, de servicii personale impecabile și ospitalitate superbă, este completată de exclusivitatea și individualitatea proprietăților sale. Astăzi, Grupul Kempinski administrează 82 de hoteluri și reședințe în 35 de țări și are în prezent peste 26 de proiecte prestigioase în dezvoltare pe tot Globul.

Despre Rock Development Holding: Compania este unul dintre cei mai importanți dezvoltatori activi până de curând exclusiv pe palierul superior al pieței rezidențiale din București, cu investiții de peste 53 de milioane de euro în dezvoltarea Politehnica Park Residence și Avrig Park Residence, două proiecte de referință din zonele Grozăvești – Politehnică și Bucur Obor, cu un total de aproape 800 de apartamente.

Fiecare față este ca un tablou în devenire

Interviu cu Ana-Maria Bușcu, Fondator, Magic Beauty Concept București



Care au fost primii pași în direcția demarării afacerii - Magic Beauty Concept? Care au fost riscurile asumate la început?

Magic Beauty Concept s-a născut dintr-o pasiune vibrantă pentru artă și frumos și dintr-o dorință profundă de a aduce ceva special și valoros în lume, chiar dacă aceasta vine adesea cu riscuri asociate cu piața și concurența din domeniu. Eu consider că există loc sub soare pentru toată lumea.

Totul a început practic prin dorința mea de a-mi găsi misiunea în această lume, de a putea crea frumusețe și zâmbete pe chipurile oamenilor.

Începuturile au fost marcate de explorare și perfecționare. Prin cursuri, ambiție, multă muncă și devotament constant, am ajuns să fiu tot mai căutată și solicitată de către clienți atât din țară cât și de peste hotare, datorită rezultatelor naturale și hiperrealistice pe care le obțin și pe care le-am adus în prim-plan prin aceste tehnici

rafinată de micropigmentare, oferind clienților nu doar o simplă schimbare estetică, ci o transformare profundă și unică, prin artă și măiestrie.

Așa că...aș putea spune că... practic Magic Beauty Concept este mai mult decât o simplă afacere - a fost și rămâne pasiunea mea cea mai profundă și esențială în viață. Inițial, nu a fost despre riscuri financiare sau de afaceri, ci despre cultivarea și exprimarea unei pasiuni intense pentru arta frumuseții.

De la început, motivul meu principal a fost să împărtășesc această pasiune și talentul meu pentru transformarea chipurilor, aducând bucurie și încredere în viețile clienților mei. Faptul că singurul risc perceput a fost acela de a nu putea satisface complet dorințele clienților ilustrează profunzimea angajamentului față de calitate și dedicarea pentru a oferi ceva special fiecărei persoane care trece pragul Magic Beauty Concept.

Această abordare a transformat Magic Beauty Concept dintr-o simplă afacere într-un loc sacru al frumuseții și încrederii, unde nu doar serviciile sunt oferite, ci și o conexiune autentică și o atenție personalizată pentru fiecare client. Dorința mea de a oferi mai mult a dus la extinderea serviciilor de înfrumusețare în cadrul Magic Beauty Concept. Am adus noi tehnici și servicii, cursuri, tratamente faciale, corporale, echipamente și lasere de ultimă generație, îmbogățind experiența clienților mei și consolidând legătura specială dintre arta frumuseții și oameni.

Ce reprezintă meseria de dermopigmentist pentru dumneavoastră?

În călătoria mea ca și pictor, descoperirea meseriei de dermopigmentist a fost ca și cum aș fi găsit mănua perfectă pentru



mâna mea creativă. Este o artă cu o paletă diferită - nu de culori pe pânză, ci de nuanțe delicate pe chipurile clienților mei.

Alegerea acestei căi mi-a deschis o poartă către un alt tip de expresie artistică, unde fiecare trăsătură devine o pensulă și fiecare ton devine o notă muzicală într-un concert al frumuseții. Prin dermopigmentare, simt că pictez povești, emoții și identități unice pe chipurile oamenilor.

Pentru mine, dermopigmentarea nu este doar o meserie sau o tehnică, ci o adevărată pasiune și o modalitate de a-mi împlini misiunea în această lume. Este o călătorie artistică care îmi permite să aduc zâmbete pe chipurile oamenilor, să schimb și să transform, să creez magie într-un mod cu adevărat uluitor.

Prin această artă subtilă și meticuloasă, îmi dedic timpul și talentele pentru a oferi clienților mei transformări incredibile, care nu sunt doar fizice, ci și emoționale.

Este incredibil să pot fi martoră la schimbările pe care le pot aduce, la cum o simplă linie sau o umbră poate evidenția frumusețea naturală

și poate spori încrederea în sine a unei persoane - iar asta este cea mai mare satisfacție pentru mine.

Care sunt prețurile serviciilor dumneavoastră?

Prețurile serviciilor mele de micropigmentare sunt rezultatul muncii asidue, a experienței acumulate și a talentului meu artistic. Acestea reflectă nu doar investiția în materialele de cea mai înaltă calitate și tehnologiile de vârf folosite, ci și expertiza și creativitatea pe care le aduc în fiecare lucrare. Le-am stabilit într-un mod echitabil și decent, reflectând nu numai muncă și abilitățile mele, dar și dorința mea de a face această formă de artă a frumuseții cât mai accesibilă. Fiecare preț nu este doar o evaluare a timpului și efortului meu, ci și o invitație pentru clienți să experimenteze un serviciu de înaltă calitate, realizat cu pasiune și grijă pentru fiecare detaliu. Astfel, încerc să mențin un echilibru delicat între prețurile corecte și calitatea excepțională a serviciilor oferite, oferind clienților o experiență

„Am adus noi tehnici și servicii, cursuri, tratamente faciale, corporale, echipamente și lasere de ultimă generație, îmbogățind experiența clienților mei și consolidând legătura specială dintre arta frumuseții și oameni.

autentică și satisfăcătoare în cadrul fiecărei sesiuni de micropigmentare.

Câ timp durează procedurile?

Procedurile de micropigmentare durează între un an și doi ani, în funcție de organismul fiecărei persoane în parte, de ten, dar și de condițiile de îngrijire. Dacă avem de a face cu o piele mai uscată, retenția pigmentului în piele este una mai mare, pe de altă parte, dacă avem de a face cu un ten gras, seboreic, acneic, este foarte posibil ca rețența pigmentului în timp să fie una mai mică, mai ales dacă nu facem nimic pentru a regla producția de sebum a pielii, prin diverse proceduri și tratamente cosmetice.

Cum apreciați felul în care se îngrijesc româncele în viața de zi cu zi?

Apreciez că româncele au o atitudine aparte față de frumusețe și îngrijirea personală, dedicând timp, bani și atenție pentru a arăta și a se simți bine în pielea lor. De la micropigmentare, care este

din ce în ce mai cerută, la ritualurile de îngrijire a pielii și a părului până la atenția acordată machiajului și vestimentației, româncele excelează în arta de a-și evidenția frumusețea naturală și de a-și sublinia stilul personal. Ele manifestă o atenție deosebită pentru aspectul lor, dar și pentru starea lor de bine și încredere în sine, iar aceste aspecte sunt de apreciat.

Cum vă dați seama ce își dorește o clientă, ce i se potrivește?

Din primul moment în care văd clienta, încep să descopăr subtilitățile și caracteristicile unice ale feței ei, iar această întâlnire inițială îmi permite să înțeleg în profunzime ce tehnică din micropigmentare i s-ar potrivi cel mai bine.

Fiecare față este ca un tablou în devenire, iar capacitatea mea de a distinge între fir cu fir, powder sau hibrid vine din experiența și observația atentă a trăsăturilor faciale. Fiecare tehnică are propriile sale avantaje și se potrivește diferit tipurilor de chipuri și preferințelor individuale.

Fir cu fir aduce o precizie uluitoare și o naturalețe incredibilă, powder oferă o umplere mai densă și uniformă, în timp ce tehnica hibridă îmbină cu eleganță elemente din ambele. Capacitatea mea de a distinge și recomanda cea mai potrivită tehnică vine dintr-o combinație de cunoștințe tehnice, sensibilitate artistică și analiză atentă a fizionomiei fiecărei persoane. Alegerea corectă a tehnicii de micropigmentare este esențială pentru a obține rezultate remarcabile și pentru a îndeplini dorințele și așteptările fiecărei cliente. De aceea, abordarea mea se bazează pe o evaluare minuțioasă și o comunicare deschisă, pentru a oferi un serviciu personalizat care să evidențieze frumusețea naturală și să aducă încredere și fericire în viața fiecărei persoane care trece pragul meu.



Care sunt tendințele anului 2024 în industria de înfrumusețare?

În industria de înfrumusețare, tendințele anului 2024 par să se îndrepte către promovarea naturaleții și autenticității. Oamenii caută din ce în ce mai mult să-și evidențieze frumusețea naturală și să adopte rutine și tratamente care să pună în valoare caracteristicile lor individuale.

Se observă o schimbare către produsele și procedurile care încurajează sănătatea și aspectul natural al pielii și al corpului. Folosirea ingredientelor naturale în produsele cosmetice, precum și tehnici și proceduri non-invasive care au ca scop întărirea aspectului natural, sunt tot mai căutate și apreciate.

În această direcție, industria de înfrumusețare pare să încurajeze încrederea în sine și acceptarea propriei frumuseți naturale, oferind opțiuni care să sprijine și să sublinieze un aspect sănătos și autentic. Astfel, tendințele anului 2024 arată că frumusețea și

încrederea vin din sănătatea și naturalețea fiecărui individ.

Activitatea personală în social media v-a ajutat ca antreprenor? Care a fost canalul cel mai eficient?

Activitatea mea în social media ca antreprenor a avut un impact semnificativ asupra dezvoltării afacerii mele și a relației cu clienții. Prin intermediul platformelor sociale, am avut oportunitatea de a conecta și interacționa direct cu publicul meu țintă, oferindu-le conținut valoros și relevant pentru domeniul meu de activitate.

Canalul care s-a dovedit cel mai eficient în eforturile mele de promovare și interacțiune a fost Instagram. Acesta mi-a permis să prezint vizual munca mea, transformările uluitoare și să transmit povestea din spatele Magic Beauty Concept într-un mod captivant și atrăgător. Prin postările și poveștile zilnice, am putut să inspir, să educ și să implic comunitatea mea într-un mod autentic.

„Procedurile de micropigmentare durează între un an și doi ani, în funcție de organismul fiecărei persoane în parte, de ten, dar și de condițiile de îngrijire.

Florin Jianu a fost ales vicepreședinte al organizației europene de IMMuri, SMEunited



Organizația care reprezintă 23 de milioane de IMM-uri la nivel european, partener social al instituțiilor europene, SMEUNITED, și-a ales la Bruxelles, conducerea pentru mandatul 2024-2026. Florin Jianu, președinte CNIPMMR, a fost ales în poziția de vicepreședinte SMEunited, cea mai înaltă funcție detinută de un român la nivel european în cadrul organizațiilor partenerilor sociali. De asemenea, Europa de est va fi reprezentată de președintele CNIPMMR, acesta fiind singurul ales din estul Europei.

„Voi reprezenta la nivel european IMM-urile românești și îi asigur pe toți că mandatul meu va fi unul în care voi lupta

pentru simplificare, pentru instrumente financiare dedicate IMM-urilor dar și pentru o legislație europeană inteligentă. România trebuie prin reprezentanții pe care îi trimite la Bruxelles să acționeze la un nivel profesional înalt și la un nivel care să ne reprezinte pe toți cu mândrie! Le mulțumesc colegilor pentru susținere, votul țărilor europene mă onorează. Voi reprezenta cu onoare România și pe românii mei!”, a declarat **Florin Jianu, președinte CNIPMMR**.

SMEunited, a fost înființată în 1979 și este asociația IMM-urilor din Europa cu aproximativ 70 de organizații membre din peste 30 de țări europene. SMEunited este o organizație care acționează în

numele întreprinderilor mici și mijlocii în cadrul Dialogului Social European și în discuțiile cu instituțiile UE. De asemenea, reprezintă federații naționale intersectoriale de artizanat și IMM-uri, organizații europene ale IMM-urilor și membri asociați și este vocea a celor 23 milioane de IMM-uri din Europa. SMEunited este operativ în diverse activități sectoriale, acordând o legătură directă cu nevoile și interesele specifice ramurilor de afaceri. De asemenea, consolidează capacitatea cu organizațiile membre SMEunited și antreprenorii din întreaga Europă, astfel încât IMM-urile să beneficieze de oportunitățile oferite de Uniunea Europeană.

Până la vârsta de 7 ani se pot obține cele mai bune rezultate, în urma terapiei

Interviu cu Ioana Bardan, Psiholog, Președinte Asociației Mihai și Prietenii

Când ați decis să fondați Asociația Mihai și Prietenii? În ce context? Care a fost strategia pe termen scurt?

Sunt mamă singură a doi copii cu nevoi speciale, în vârstă de 8 și 4 ani. Costurile terapiilor pentru ei sunt imens de mari, câteva mii de euro în fiecare lună, și nu pot fi acoperite dintr-un salariu, decât dacă aș face parte din cei 1% dintre românii extrem de bogați. Dar nu sunt unul dintre ei. Așa că am fost nevoită să găsesc alte modalități de finanțare. Mă refer la sponsorizări, donații și formularele 230, care pot fi primite doar prin intermediul unei organizații non-profit. Pe termen scurt, mi-am propus să reușesc să acopăr costurile terapiilor pentru copiii mei, însă, în calitate de psiholog clinician, am intrat în contact cu numeroși părinți de copii cu autism și am decis să încerc să fac ceva pentru ei, tot prin intermediul asociației mele. Astfel, am început să derulez proiecte pentru familii în care există copii cu dizabilități.

Câți copii cu autism sunt în România? Cum apreciați rolul autorităților locale și centrale în educația și tratarea acestor copii?

La sfârșitul lunii iunie 2023, un număr de 81.328 de copii cu dizabilități erau în evidența autorităților, dintre care peste jumătate erau încadrați în grad de handicap grav. Din păcate, însă, nu știm un număr real al copiilor cu nevoi speciale, pentru că nu toți sunt înregistrați la DGASPC de către aparținători, din diverse motive. Statul acordă acestor persoane anumite facilități, indemnizații și pune la dispoziția lor unele centre în care se poate face terapie, dar toate acestea nu acoperă nevoile

unui astfel de copil. De multe ori, autismul vine „la pachet” cu alte comorbidități, precum anxietate, tulburări de somn, epilepsie, hiperactivitate și deficit de atenție, care necesită, pe lângă terapiile specifice autismului, tratamente medicale și/sau terapii specifice, care încarcă „nota de plată” a familiei.

Cât costă îngrijirea și educarea unui copil depistat cu autism?

În primul rând, trebuie specificat că autismul nu este o boală. Ci o tulburare de dezvoltare care afectează comunicarea și comportamentul, din acest motiv diagnosticul nu poate fi pus prin analize de sânge, analize ADN sau alte investigații clinice. Singurul mod prin care un medic psihiatru în pediatrie pune diagnosticul de autism este prin observarea comportamentului copilului. Autismul implică toate palierele de dezvoltare, cognitiv, comportamental, motricitate fină și grosieră, practic sunt afectate toate laturile care privesc dezvoltarea normală a unui copil. În al doilea rând, costul terapiilor specifice autismului a crescut vertiginos, mai ales în ultimul an. În București, ora de terapie costă, în medie, 100 de lei (dar poate ajunge până la 170 lei), iar un copil are nevoie de minim 2 ore de terapie pe zi, timp de 5 zile/săptămână. Faceți un calcul și veți vedea cum ne apropiem de 1.000 euro/lună. Mai adăugați și logopedie, kinetoterapie, ședințe de coordonare a terapiei (1-2 ședințe/lună), precum și diverse alte terapii, recomandate pentru mulți copii cu autism, și putem ajunge la dublul sumei menționate anterior. Apoi, un copil încadrat în grad grav de

handicap care merge la grădiniță sau la școală va avea nevoie, aproape întotdeauna, de un însoțitor (shadow). De obicei, unul dintre părinți va renunța la serviciu, pentru a avea grijă de copil, dar atunci când nu se întâmplă acest lucru, acest însoțitor va trebui să fie plătit. Tot în București, un shadow va cere între 20-70 lei/oră, în funcție de experiența pe care o are și de numărul de ore petrecute la grădiniță sau școală.

Ce trebuie să facă părinții în momentul când află că fetea sau băiețelul lor au fost diagnosticați cu tulburare de spectru autist sau cu altă tulburare de neurodezvoltare?

Este prioritar ca părinții să aibă grijă de starea LOR psihică. Aflarea unui astfel de diagnostic te poate face să intri în cea mai neagră disperare – și aici vorbesc în calitate de părinte care a trecut prin așa ceva. Dacă nu ai grijă de tine, nu vei putea avea grijă (așa cum trebuie) de copilul tău. Apoi, părinții trebuie să se informeze – să înțeleagă ce terapii trebuie să urmeze copilul, să caute centre sau terapeuți și un coordonator de terapie. Terapeuții îi vor învăța ce pot lucra și ei acasă, cu cel mic. Și cel mai important este să nu uite că timpul e esențial! Până la vârsta de 7 ani se pot obține cele mai bune rezultate, în urma terapiei. Acest lucru nu înseamnă că, după această vârstă, nu se va mai înregistra niciun progres, însă trebuie tras tare în primii ani. Cu cât copilul va începe terapia mai devreme (fiul meu cel mare a început la vârsta de 1 an și 6 luni), cu atât are mai multe șanse de recuperare. Pentru acești părinți am creat un curs online, în care am pus toată experiența mea



ca părinte de copii cu nevoi speciale, din care familiile aflate la început de drum se pot informa cu privire la primii pași ce trebuie parcurși pentru a profita cât se poate de această fereastră de timp, din copilăria mică și perioada preșcolară.

Ce înseamnă Terapia 3C?

Terapia 3C înseamnă Conștientizare, Concentrare. Conștientizare. Este o metodă de recuperare bazată pe anumite exerciții fizice, care are ca obiectiv construirea unui comportament psihomotor autonom și adaptativ la copilul cu autism, comportamente adaptative bazate pe abilități psihomotrice de bază. Copilul va învăța să meargă corect, să alege, să

manipuleze obiecte, să meargă în echilibru și să schimbe voluntar direcția mersului. Va conștientiza valoarea și utilitatea mișcărilor învățate, contextul în care se află și prezența celor din jur. Va învăța ce înseamnă disciplina și faptul că anumite comportamente nu sunt permise.

De asemenea, va învăța să aibă încredere în el și i se va trezi interesul de a experimenta lucruri noi.

Este o terapie pe care o recomand tuturor copiilor cu autism și cu alte tulburări de neurodezvoltare, pentru că sprijină foarte mult celelalte terapii – este dificil să ai rezultate pe plan cognitiv, dacă cel mic nu conștientizează că are mâini și picioare sau nu se poate coordona într-un mod corespunzător vârstei sale cronologice.

Cum evoluează un copil cu autism până la vârsta maturității?

Este greu de spus. Pe de-o parte, nu avem date suficiente cu privire la adolescenții și adulții cu autism din prezent. Pe de altă parte, fiecare copil are propriul potențial de recuperare. Personal, nu am auzit de copii recuperați 100%, dar știu de unele cazuri de tineri cu autism care pot duce o viață (semi)independentă. Subliniez încă o dată – cu cât începem terapia mai devreme, cu atât mai mari sunt șansele de recuperare, dar nici chiar în această situație nu există o certitudine că succesul va fi deplin.

Cum se integrează în societate persoanele cu autism? Ce meserii practică, cu preponderență?

Și această întrebare este grea... la fel, nu avem date.

România începe să fie ceva mai tolerantă față de persoanele cu dizabilități, dar mai avem o cale lungă de străbătut, până să ajungem la un nivel ridicat de integrare și incluziune. Încă sunt probleme în școli și grădinițe, încă nu există acces la terapie pentru cei care locuiesc în mediul rural sau cei cu venituri mici, încă nu este suficient de bine reglementată meseria de terapeut, statul nu ajută atât cât ar trebui – sunt nenumărate aspecte care trebuie rezolvate, pentru a ne putea asigura că acești copii au o șansă reală, atunci când pot intra în câmpul muncii.

Teoretic, ei își pot alege ce meserie vor – există tineri cu Asperger sau înalt funcționali care pot absolvi cursurile unei facultăți și, prin urmare, pot practica meserii la fel ca orice alt individ neurotipic. Însă eu consider că, în general, este important să le putem contura profilul vocațional, pentru a putea identifica meseriile care sunt cele mai potrivite pentru ei. Să nu uităm că statul acordă unele facilități fiscale companiilor care angajează personal cu dizabilități. La fel, angajații cu nevoi speciale beneficiază, în funcție de gradul de handicap, de reducerea vârstei de pensionare cu 10-15 ani, cu condiția realizării unei părți din stagiul complet de cotizare.

Ați derulat în ultimii ani mai multe proiecte care să vină în sprijinul copiilor și al părinților. Care au fost cele mai importante acțiuni?

În 2023 am reușit să oferim, prin intermediul unor finanțări, ședințe gratuite de terapie pentru câteva zeci de copii cu autism. Dar proiectul nostru de suflet rămâne Tabăra Lumea Copiilor, pe care am organizat-o la Costinești în luna septembrie. Ne bucurăm că am reușit să ducem la mare mai multe familii în care erau atât copii cu dizabilități, cât și copii tipici, familii care nu-și permiteau o vacanță pe litoral, din cauza costurilor ridicate ale terapiilor.

Ce proiecte aveți în vedere în perioada următoare?

Ne-am propus să organizăm a doua ediție a taberei vara viitoare, pentru un număr mai mare de copii. De asemenea, intenționăm să ne adresăm și părinților acestor copii, prin diverse proiecte, workshopuri și ședințe de consiliere, ca să le aducem puțină alinare și să le îmbunătățim starea de spirit.

Avem multe planuri, chiar dacă suntem încă o asociație mică, iar acestea pot deveni realitate doar cu ajutorul oamenilor de bine, care ne pot ajuta prin sponsorizări sau completând formularul 230 pentru Asociația Mihai și Prietenii, prin intermediul căruia 3,5% din impozitul pe salarii se va redirecționa către noi. Vă mulțumim și să avem un An Nou cu multe realizări frumoase și proiecte finalizate cu succes.

Promovăm relațiile internaționale către statele non-EU

Interviu cu Iuliu Stocklosa, Președintele CCIB

Camera de Comerț și Industrie București a organizat recent cea de a XXX-a ediție a TOPULUI FIRMELOR DIN BUCUREȘTI, eveniment de referință pentru viața economică a Capitalei. De asemenea, a reluat tradiția organizării Galelor de premiere dedicate firmelor din cele 6 sectoare ale Capitalei, în parteneriat cu primăriile de sector. Ce concluzii aveți după organizarea acestor evenimente?

Am organizat aceste topuri, așa cum spuneam după 14 ani. Din datele pe care le-am obținut ca și analiză a companiilor, s-au calificat din 164.000 de firme bucureștene cam 40%, pentru a putea fi incluse în top. Dintre acestea, 7.500 de companii au fost premiate, pe primele 10 ale fiecărui domeniu de activitate respectiv cod CAEN și împărțite pe 5 dimensiuni - întreprinderi foarte mari, mari, mijlocii, mici și microîntreprinderi. Aceste firme au reprezentat cam 575.000 de angajați în București, cu o cifră de afaceri cumulată de 137 de miliarde de euro la sfârșitul anului 2022.

Aceste entități sunt firme performante și au reușit să obțină un profit de peste 10% în media lor, iar profitul a crescut față de 2021 cu 44%. Este o cifră importantă.

Ca și cifră de afaceri, sectorul 1 conduce detașat și este însumat cam cât alte 2 sectoare, ca și cifră de afaceri.

Ce reprezintă Bucureștiul pentru mediul de afaceri național?

Bucureștiul reprezintă la ora actuală cam 22% din numărul de companii înregistrate în România, un PIB al firmelor din București reprezintă cam 25% din total, la nivel național. Prin firmele din București se exportă 20% din valoarea totală, la nivel național, De asemenea, 32% din importurile

făcute de România se realizează prin București. Important de reținut este suprafața de retail care se află în București - aceasta reprezintă 60% din România (tot ce înseamnă distribuție de marfă).

Aveți o serie de parteneriate cu Universitățile din Capitală. Dacă ne puteți oferi câteva detalii.

Am semnat mai multe parteneriate în București cu Universitatea Politehnică București, cu Universitatea din București și cu Academia de Studii Economice din București. Primim studenți pentru practică în cadrul Camerei de Comerț și Industrie bucureștene pentru a-i pregăti pentru viitor, iar așa ca o pildă să spunem, după ce am semnat parteneriatul cu Academia de Studii Economice condusă de Rectorul Nicolae Iștodor ne-am întâlnit la un eveniment organizat de o ambasadă, când dânsul mi-a mulțumit pentru că la noua specializare de master la REI (Relații Economice Internaționale) s-au înscris 29 de viitori masteranzi după anunțul dat de

Camera de Comerț și Industrie a Municipiului București.

Ce beneficii are o companie care este membră în CCIB?

În primul rând sunt beneficii atât din punct de vedere ale relațiilor pe care le noi putem intermedia cu administrația locală, respectiv primăriile de sectoare din primăria Municipiului București cât și la nivel central cu guvernul, cu ministerele, cu agențiile care sunt de specialitate economică. Scopul principal este să apropiem membrii noștri cu aceste organizații. Noi suntem singura organizație care putem să intermediem fără să ne atragă cineva atenția că ajutăm mediul de afaceri. Au mai multe facilități cei care sunt membrii Camerei Comerț de industrie a Municipiului București, obțin discounturi semnificative pentru majoritatea serviciilor pe care le oferim, respectiv 50% discount la certificatele de origine și certificatele de forță majoră, pentru participarea la târgurile de la Romexpo primesc un discount de 20%, pot

Capitala are o comunitate de afaceri solidă, dinamică, „vie”, pro-activă, în cea mai mare parte. Bucureștiul este un loc foarte bun pentru a face business, cu o singură condiție: să ascuți ce spune piața. Că este așa, o dovedesc și cifrele care jalonează cea de a XXX-a ediție a Topului firmelor, realizat pe baza datelor financiare aferente anului 2022:

- Circa 164.000 de firme bucureștene au depus bilanțul aferent anului 2022, în creștere cu 4,4% față de anul 2021;
- 40% au fost eligibile, în creștere cu 12% față de anul 2021;
- Dintre acestea, CCIB a premiat aproape 7.500 de firme, pe șapte domenii de activitate, iar în cadrul fiecărui domeniu, pe 5 clase de mărime
- 35% dintre firmele premiate activează în servicii, 28% în comerț și 20% în industrie. Restul de 17% provin din construcții și cercetare-dezvoltare și high tech (câte 6%), turism – 3% și agricultură, silvicultură, pescuit (2%).
- Firmele premiate concentrează o cifră de afaceri cumulată de 137 mld. euro (+44% față de ediția precedentă) și un profit din exploatare de 14,2 mld. euro (+48% față de ediția precedentă). În aceste companii lucrează circa 575.000 de salariați, în creștere cu 7,3% față de ediția precedentă



avea acces gratuit la unele dintre sălile Palatului Camerei de Comerț și Industrie a Municipiului București. Dispunem de 5 săli mari cu capacitate de 150 de locuri, iar în funcție de pachetele pe care și le alege fiecare membru, pot să participe la conferințe, mese rotunde, întâlniri B2B, la seri artistice de teatru sau seri muzicale, iar prin asta noi încercăm și reușim de multe ori să atragem membrii noi.

- Membrii noștri care au cotizația achitată la zi beneficiază de reduceri de până la 50% la tarifele percepute de CCIB la majoritatea serviciilor, inclusiv pentru emiterea de certificate de origine și de forță majoră;
- Foarte apreciate sunt reducerile de 20% pentru spațiile închiriate la târgurile și expozițiile organizate de Romexpo.
- De asemenea, companiile membre beneficiază de o serie de servicii incluse:
 - până la 24 de ore de consultanță/an, în funcție de nivelul de cotizație;

Venim cu oferte exclusive și discount-uri acordate la serviciile oferite de noi și de partenerii noștri.

- ***Companiile membre au oportunitatea de a beneficia de experiența echipei noastre și de a-și organiza evenimentele, la tarife preferențiale (20% discount), la cel mai înalt nivel și în cele mai bune condiții, în cadrul Centrului nostru de conferințe, unul dintre cele mai frumoase din București, încărcat de istorie, dar dotat la cele mai exigente standarde.***
- ***Mai mult, în funcție de pachetul ales, membrii noștri pot folosi, o dată pe an, una dintre sălile din Centrul nostru de conferințe, în regim de gratuitate;***
- ***Dispunem de 5 săli, cu capacitate de până la 150 de persoane. În aceste spații elegante, rafinate și încărcate de istorie, dar care răspund celor mai exigente cerințe în domeniu, organizăm, inclusiv în parteneriat, dar și pentru terți, evenimente de înaltă ținută: conferințe, mese rotunde, workshop-uri, evenimente științifice, lansări de carte, expoziții, recepții, concerte, piese de teatru.***
- ***Știm că pentru membrii noștri este foarte important ca vocea lor să se facă auzită și ascultată la nivel guvernamental, pe subiecte de interes. Iată de ce invităm constant factori decizionali din mediul guvernamental la diverse întâlniri de lucru, pentru a da oportunitatea reprezentanților mediului de afaceri de a intra într-un dialog mai puțin convențional, dar eficient cu aceștia, dar și cu specialiști și consultanți de top, în beneficiul ambelor părți. Cel mai recent eveniment a avut loc chiar săptămâna trecută, pe tema recentelor modificări fiscale și s-a bucurat de o prezență numeroasă din partea comunității de business.***



- includerea în Catalogul membrilor; – prezentarea firmei în Social Media – Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube;
- eliberarea de scrisori de recomandare către camerele de comerț partenere din străinătate pentru acordarea de asistență pe piața locală;
- eliberarea de certificate pentru participarea la licitații peste hotare, promovarea ofertei companiei prin mijloace specifice.

• Potrivit statutului CCIB, membrii noștri dispun de unele facilități și avantaje, însă toate firmele din capitală care ni se adresează sunt tratate în mod egal și sunt reprezentate de Camera bucureșteană în mod nediscriminatoriu. De aici și dorința noastră de a deveni o „Casă” a comunității bucureștene de afaceri.

Ce strategii aveți pentru fidelizarea actualilor membri și pentru atragerea de noi companii în cadrul CCIB?

În primul rând le asigurăm membrilor noștri și viitorilor membrii o consultanță gratuită în mod special în domeniul de Comerț Exterior, le facem o promovare pe social media, pe toate canale de socializare pe

care le are Camera și prin partenerii noștri tradiționali din mass-media pe care îi avem. De asemenea, îi sprijinim în licitațiile internaționale prin asigurarea unor certificate care sunt necesare pentru participarea la licitații. Totodată, organizăm evenimente cu o repetabilitate lunară de genul Business breakfast la care membrii noștri participă gratuit și la care aducem în atenție ultimele noutăți din punct de vedere legislativ, ultima fiind chiar din domeniul fiscalității, cu domnul Dan Manolescu, Președintele Camerei Consultanților Fiscali, care a durat 3 ore și a fost foarte interesantă.

Aveți un parteneriat activ cu Agenția Română pentru Investiții și Comerț Exterior (ARICE). Care sunt mijloacele prin care CCIB susține promovarea ofertei economice românești în străinătate, în special în statele care nu sunt membre UE?

Strategia Camerei de Comerț și Industrie București este de a se îndrepta în promovarea relațiilor internaționale către statele non-EU. Din punctul nostru de vedere în țările UE se poate ajunge foarte

ușor și poți lua legătura cu partenerii tăi. În schimb în țările din non-EU ajungi foarte greu la parteneri, mai ales când vrei să deschizi o piață nouă. În acest sens, urmărim prin ambasadele noastre din țările respective (nordul Africii, Egipt, țările Asiei Centrale cu care suntem în relații foarte bune) să dezvoltăm relațiile comerciale. De exemplu în Asia Centrală sunt și consul onorific al Republicii Kârgâze și prin relațiile personale pot să implice atât oficialitățile cât și firmele de acolo să colaboreze cu firmele românești. De asemenea organizăm împreună cu partenerii noștri din cadrul Federației Camerelor de Comerț Dunărene, al cărui membru fondator suntem, delegații în țările respective care nu sunt neapărat din UE, sunt și din afara Uniunii Europene (Serbia și Turcia) două direcții foarte importante pentru Comerțul Exterior românesc.

O să vă dau un exemplu în care m-am implicat direct, este vorba de Regatul Marocului unde se poate vedea că din anul 2008 până astăzi cifra de afaceri este în creștere - într-un sens și în celălalt - unde contactul nostru al Camerei de Comerț cu doamna Ambasador Ciobanu este foarte strâns. De asemenea am făcut un

parteneriat cu marocanii, un Consiliu de Afaceri România-Maroc în care un membru al Colegiului de Conducere al CCIB este co-președinte. De asemenea mai avem un parteneriat cu Egiptul unde eu sunt co-președinte în Consiliul de Afaceri România-Egipt. Relațiile sunt foarte bune cu Nordul Africii și se văd din cifre.

Ne axăm în continuare pe dezvoltarea relațiilor economice și de cooperare cu țările din Africa de Nord, Orientul Mijlociu, Caucaz și Asia Centrală, adevărate plăci turnante către continental african și respectiv, către cel asiatic. Aceste regiuni oferă oportunități economice, de cooperare și investiționale semnificative, cu precădere în industriile: energetică, auto, chimică și petrochimică, a materialelor de construcții, dar și în agricultură, turism, tehnologia informației și comunicații, pe fondul unei anumite complementarități a economiei românești cu cele ale țărilor din zonele amintite.

- În ceea ce privește relația cu țările din Asia Centrală și Caucaz, pe lângă instrumentele clasice, specifice unei camere de comerț, venim în sprijinul antreprenorilor români și prin intermediul Consulatului onorific al Republicii Kârgâze în țara noastră, pe care îl conduc începând cu luna iulie 2020.

- Pe de altă parte, nu neglijăm dezvoltarea relațiilor economice și de cooperare cu țările din zona balcanică, dar și cu cele

reprezentate în Federația Camerelor de Comerț Dunărene (DCCF), al cărei membru fondator suntem.

- Organizăm, în continuare, seria de evenimente „Ziua Oportunităților de afaceri”, oferind oamenilor de afaceri posibilitatea de a se întâlni într-un cadru structurat cu ambasadorii și/sau cu atașatii economici ai țărilor partenere, dar și cu factori decizionali din Agenția Română de Investiții și Comerț Exterior, Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului și Ministerul de Externe, pentru a afla informații valoroase și utile privind:

- tendințele în comerțul exterior;
- cadrul juridic bilateral și accesul pe piețe cu potențial;
- participarea la licitații pe proiecte;
- oportunități de afaceri și investiționale;
- stimulentele acordate investitorilor străini.

- Ulterior, cei care identifică oportunități interesante pot participa în București la forumuri de afaceri și investiționale, dar și la misiuni economice organizate de noi în spațiile-țintă cu sprijinul partenerilor noștri tradiționali (organizații camerale partenere de peste hotare, membri ai corpului diplomatic acreditat în România, diplomați români în străinătate, personal ce activează în cadrul Birourilor de Promovare Comercial-Economică, membri ai Consiliului de Export, organism la lucrările căruia CCIB are statut de invitat permanent).

- Continuând preocupările de susținere a internaționalizării afacerilor membrilor și în general al firmelor românești, am organizat la sediul nostru întâlniri cu viitorii ambasadori ai României:

- la nivelul conducerii CCIB cu dna. Olivia Todorean, ambasador numit în R.A.Egipt (22.09.2023) respectiv cu dna. Steluța Arhire, ambasador nominalizat în Sri Lanka (24.10.2023);
- cu participarea reprezentanților mediului de afaceri cu dl. Dan Maxim, ambasador numit în R.P.Chineză (26.09.2023), iar la 12 decembrie a.c îl avem ca invitat pe dl. Manuel Pleșa, ambasador numit și agreat al României în Columbia, acoperind ca ambasador nerezident Statul Panama și Republica Dominicană.

În cadrul CCIB există o Curte de Arbitraj Comercial. Ce măsuri sunt necesare pentru evoluția acestei entități?

Noi am repornit activitatea Curții de Arbitraj de pe lângă Camera de Comerț și Industrie al Municipiului București care este cea mai veche Curte de Arbitraj din România. Am demarat o promovare a activității Curții prin instalarea unor roll-up-uri la Înalta Curte de Casație și Justiție. Am organizat mai multe simpozioane pe tema arbitrajului comercial. Avantajul arbitrajului este foarte mare vis-a-





vis de sistemul juridic din România. Având în vedere că dacă te duci cu un conflict economic în instanță, conflictul se încheie peste 2-3 ani. Având în vedere faptul că instanțele sunt foarte aglomerate la ora actuală, Curtea de Arbitraj este o variantă mult mai simplă și mult mai avantajoasă pentru mediul de afaceri.

Sunt câteva avantaje foarte clare. În primul rând timpul de rezolvare al unui conflict care apare între două societăți comerciale, se încheie în maxim 6 luni de zile. Al doilea este faptul că ceea ce se întâmplă în cadrul Curții de arbitraj rămâne confidențial și în felul acesta nu îți strică imaginea că ești într-un conflict cu o altă firmă. De

asemenea, un avantaj foarte mare este calitatea serviciilor, având în vedere arbitrii pe care îi avem la Curtea de Arbitraj a Municipiului București care sunt foști judecători la Înalta Curte, sunt avocați cu experiență foarte mare, în felul acesta rezultatul arbitrajului este corect iar până la acest moment nu ne-a fost contestată nicio decizie a Curții de Arbitraj București, ceea ce este un lucru extraordinar.

- Activitatea Curții de Arbitraj București de pe lângă CCIB a fost optimizată de către noua conducere. În ultima perioadă, echipa noastră a promovat constant avantajele soluționării litigiilor prin intermediul Curții, inclusiv prin dezvoltarea unor proiecte dedicate mediului de afaceri, în colaboare cu instituții de prestigiu, precum Bursa Română de Mărfuri, cu care CCIB a semnat un acord de parteneriat în vara anului trecut.

- Venim în întâmpinarea antreprenorilor care aleg să-și soluționeze diferendele prin arbitraj cu servicii de foarte bună calitate, garantate de experiența și buna reputație profesională de care se bucură, în țară și în străinătate arbitrii noștri.

- În arbitraj ședințele nu sunt publice, iar dosarul este confidențial, fiind evitate astfel eventualele prejudicii de imagine și pierderile financiare deloc de neglijat ce derivă din acestea. În plus, perioada de timp





necesară pentru soluționarea litigiului și obținerea unui titlu executoriu este incomparabil mai redusă decât în cazul în care se apelează la instanță, iar costurile aferente sunt substanțial inferioare celor generate de soluționarea conflictului prin procedura de drept comun.

NE DORIM DIGITALIZAREA SISTEMULUI ADMINISTRATIV

Ce credeți că ar trebui să facă Executivul pentru a moderniza administrația, a reduce birocrăția și a stimula mediul de afaceri?

În primul rând pentru micșorarea deficitului bugetar, se poate face prin creșterea veniturilor sau prin scăderea cheltuielilor. Guvernul actual a preferat varianta care practic împovărează firmele să plătească impozite mai mari și care ar trebui totuși corectată prin scăderea cheltuielilor guvernamentale. Altfel firmele vor fi din ce în ce mai sărace și nu vor putea merge mai departe iar pericolul este real. De asemenea, ce ne dorim noi ca și antreprenori, dacă vrem să avem investiții serioase în România, firmele care vin să poată să pornească o activitate cât mai rapid și să se înființeze așa zisul ghișeu unic în care practic să te duci și să depui

documentele de la început și în maxim 30-40 de zile firma să poată să pornească activitatea în mod normal. Ne dorim digitalizarea sistemului administrativ, pentru că se pierde foarte mult timp cu documentele în general, nu numai de pornirea unei firme ci și de funcționare a unei firme.

O temă foarte importantă ar fi salarizarea la nivelul bugetarilor care este mult peste salarizarea din mediul privat ceea ce nu este specific țărilor dezvoltate. Cred că România este singura țară din UE cu o asemenea debalansare între cele două salarii.

• Statul român are o problemă cronică – deficitul bugetar. Om de afaceri fiind, nu

• *Antreprenorii români au evoluat mult în ultimii ani. Poate, pe alocuri, încă ne lipsesc anumite elemente de cultura afacerilor, însă suntem cu siguranță pe un trend ascendent. Vorbim nu numai despre viteza de integrare a „noului” în activitatea curentă – noi tehnologii, noi procese de fabricație, noi modele de afaceri, ci și despre calitatea managementului – pro-activ și orientat către gestionarea riguroasă a riscului.*

• *Da, încă există un decalaj de competitivitate, comparativ cu economiile vestice, însă cred că PNRR constituie o șansă pe care România nu-și permite să o rateze!*

Argumente:

- *ne putem rezolva vulnerabilitățile sistemice;*
- *putem trece de la o creștere economică bazată pe consum la o creștere bazată pe investiții și pe dezvoltarea infrastructurii de afaceri;*
- *putem avea o economie mai competitivă, datorită fondurilor disponibile prin schemele de ajutor de stat și ajutoare de minimis dedicate finanțării proiectelor de investiții realizate de companiile din mediul privat în: digitalizare, rețehnologizare, automatizare, robotizare, dar și prin măsurile dedicate cercetării, dezvoltării și inovării.*

Însă, pentru o utilizare optimă a acestor fonduri, mediul de afaceri are nevoie de:

- *proceduri simple și clare pentru accesarea acestora, concomitent cu digitalizarea, pe cât posibil, a procesului de evaluare a proiectelor;*
- *respectarea cu strictețe a termenelor asumate prin contractul de finanțare; - nemodificarea regulilor în timpul jocului.*



pot să nu punctez un aspect – bugetul se echilibrează nu numai prin creșterea veniturilor, ci și prin diminuarea cheltuielilor.

- Din păcate, prin recentul pachet de măsuri fiscale este vizată doar creșterea veniturilor. Deși ar trebui să constituie o prioritate, observăm o preocupare destul de redusă atât pentru reducerea cheltuielilor în zona bugetară, cât și pentru cheltuirea eficientă a banului public.

- Este nevoie de o reformă reală în administrație, care să aibă în vedere o dimensionare corectă a personalului la toate nivelurile (ministere, agenții, autorități, consilii județene, prefecturi, primării), precum și evitarea suprapunerilor de atribuții la mai multe instituții, concomitent cu digitalizarea rapidă și eficientă a activității.

- Totodată, trebuie acordată atenție problemei salarizării în administrația publică, decalajul între veniturile obținute de angajații din sistemul bugetar și cel privat fiind nefiresc și putând conduce, pe termen mediu la derapaje ale economiei.

Cum vedeți evoluția antreprenoriatului în țara noastră, ținând cont de nivelul nostru de acum și de nivelul la care au ajuns statele din Europa Centrală?

Antreprenorii români au evoluat mult în ultimii ani, însă ne lipsesc anumite elemente de cunoștințe pentru a deveni mai performanți la nivelul țărilor din regiunea noastră. Am remarcat că antreprenorii români au început să folosească tehnologia modernă, industrii 4.0, robotizare și altele. Aici mă refer la producție și practic noi trebuie să ne uităm mai mult la producție și nu la servicii pentru că producția duce economia înainte. Din punctul meu de vedere, ei sunt destul de bine pregătiți dar au nevoie de sprijin din partea statului. Noi ne așteptăm ca și antreprenorii la îmbunătățirea infrastructurii care este deficitară și dacă ne uităm spre Moldova este foarte deficitară. Ei reușesc totuși în condițiile actuale care au fost și cu pandemie, cu războiul de la frontieră etc., să se adapteze destul de repede la condiții astfel încât să reușească.

La ora actuală, eu nu văd o dezvoltare a bussinesului în România, în general pentru majoritatea companiilor, ci văd o perioadă de stagnare și de supraviețuire.

PNRR SĂ FIE FOLOSIT LA MAXIM DE CĂTRE ROMÂNIA

Cum estimați progresul mediului de afaceri din România în următorii trei-cinci ani? Care ar fi căile de dezvoltare ale acestuia?

Stimularea domeniilor prioritare, unde ar trebui să avem o politică de țară care să fie stabilită odată pentru totdeauna, pentru cel puțin 50 de ani de acum încolo, și nu ca la fiecare guvernare să se schimbe prioritățile de dezvoltare ale României. Eu văd o dezvoltare a agriculturii, o dezvoltare a industriei agro-alimentare, având în vedere dezechilibrele dintre import și export din acest domeniu, ceea ce din punctul meu de vedere nu este deloc în regulă. De asemenea, diminuarea cheltuielilor suplimentare în cadrul angajaților din sistemul guvernamental pentru a scădea

aceste cheltuieli, pentru a le folosi în investițiile viitoare. La ora actuală investițiile reprezintă 18% din PIB, ceea ce este foarte puțin. Ar trebui să fie spre 30%, numai că ar trebui să fie găsiți bani de unde să se facă aceste investiții. Nu trebuie să facem investiții numai din împrumuturi, pentru că ne împovăram și nu este sustenabil. Doresc ca PNRR-ul să fie folosit la maxim de către România, în sensul de a aduce bani către țara noastră. Autoritățile ar trebui să găsească niște metode de a simplifica procedurile pentru că la ora actuală în România procedurile sunt foarte complexe, multe firme fie renunță, fie nu vor să se implice. Guvernul ar trebui să găsească metode imediate. România are nevoie de o strategie coerentă, axată pe:

- stimularea domeniilor prioritare în dezvoltarea economiei naționale (cele cu potențial, precum agricultura și industria agro-alimentară și cele generatoare de valoare adăugată mare);
- direcționarea veniturilor suplimentare obținute ca urmare a noilor măsuri fiscale către proiecte prioritare ale statului (de exemplu, către cele ce vizează dezvoltarea infrastructurii de transport – punct nevralgic indicat frecvent de antreprenorii români și străini);
- reducerea ponderii cheltuielilor curente ale statului, în favoarea investițiilor (acestea

concentrează abia 18% din totalul cheltuielilor, în 2023);

- întărirea disciplinei financiare, cu scopul de a destructura mecanismele care alimentează economia subterană, care reprezintă circa o treime din Produsul Intern Brut. Astfel, pe de o parte, bugetul de stat este alimentat cu sume consistente, iar pe de altă parte, sunt scoși de pe piață cei care viciază competiția și creează dificultăți suplimentare întreprinzătorilor care respectă legea.

Domenii care oferă oportunități:

- lanțurile de aprovizionare și domeniul logistic. România are oportunitatea de a deveni un jucător semnificativ în:
 - industria de componente pentru automobile (tendința este de a readuce rețelele de aprovizionare în Europa, concomitent cu identificarea de furnizori alternativi de materiale și componente, pentru a compensa pierderea foștilor furnizori din Rusia);
 - securizarea lanțurilor de aprovizionare cu semiconductori, minerale și metale rare necesare pentru procesele de producție avansată, datorită resurselor de care dispune (cadmiu și lițiu, beriliu, grafit, magneziu și wolfram);
- industria (de apărare, electronică și electrotehnică, automatizări etc), pe fondul

conflictului din Ucraina și al tendinței de relocare a capacităților de producție din China, din alte state din Asia, dar și din Rusia și Ucraina;

- reconstrucția Ucrainei – România are șanse mari să atragă investiții în capacități de producție care vor avea ca destinație de livrare Ucraina. În contextul unor investiții în infrastructură bine gândite și finalizate la termen, Iașiul, Suceava, Botoșani pot deveni centre de interes. Totodată, porturile Galați, Brăila, Sulina, fără a mai vorbi despre Constanța, vor deveni foarte interesante pentru investitori.

- agricultura și industria de prelucrare a produselor agro-alimentare;
- energia obținută din surse regenerabile. De exemplu, alocarea României pentru investițiile care pot fi incluse în propunerea de capitol REPowerEU este de 1,4 miliarde de euro. Potrivit Ministerului Investițiilor și Proiectelor Europene, acești bani vor fi direcționați către:

- investiții în centrale hidroenergetice;
- panouri solare instalate pe canalele de irigație;
- parcuri fotovoltaice și eoliene instalate pe terenurile neproductive pentru agricultură ale Agenției Domeniilor Statului;
- finanțarea unor proiecte pilot care să conducă la independența energetică a satelor.



GROUPE ATLANTIC investește 60 de milioane de euro și deschide prima fabrică din România, în județul Prahova



GROUPE ATLANTIC, unul dintre liderii industriei HVAC (încălzire – ventilație – aer condiționat), va deschide o fabrică și în România, în parcul industrial PWP Bucharest North, din județul Prahova. Cu 31 de situri industriale și 43 de locații comerciale, grupul este deja prezent pe 5 continente, urmând să se extindă și la noi în țară.

În noul sit se vor investi 60 de milioane de euro, bani folosiți pentru a asigura cele mai bune condiții de muncă, cu utilaje și aparatură 100% noi.

Cu o suprafață totală de 145.000 m², din care 31.000 m² spațiu ocupat de clădiri, fabrica va începe producția de cilindri de apă caldă și plăci de boilere, pentru mai multe branduri din portofoliul Groupe Atlantic. Activitatea Companiei va începe în ultimul trimestru din 2024, iar până în 2026

echipa care va lucra la locație va ajunge la 370 de angajați.

Arnaud CODRON, Director Industrial, precizează că „GROUPE ATLANTIC a decis să înființeze fabrica din România pentru a sprijini fabricile noastre existente și a servi clienților din Europa Centrală din acest segment de piață, stimulat de tranziția la pompe de căldură. Am ales această locație pentru că ne permite să combinăm proximitatea față de clienții noștri, competitivitatea și calificările noastre.”

În completarea acestuia, Tomasz JUDA, Manager Fabrică, adaugă: „Am început operațiunile la noua unitate din România pentru a dezvolta, produce și livra cilindri de apă caldă pentru uz casnic eco-eficienți, de înaltă calitate, la un preț accesibil.”

Primii angajați și-au început deja activitatea la fabrică, pregătind terenul pentru ca de la

mijlocul anului 2024 să fie primite primele utilaje, urmând ca producția să înceapă la finalul aceluiași an.

Grupul de origine franceză este implicat în tranziția la un nivel scăzut de carbon al construcțiilor (sectorul construcțiilor reprezintă 1/3 din totalul emisiilor de gaze cu efect de seră) prin dezvoltarea eficienței energetice a soluțiilor și sistemelor sale, prin promovarea eficienței în utilizarea acestora și prin îmbunătățirea proceselor sale industriale și logistice.

Cu peste 13.000 de angajați și o cifră de afaceri netă de 3,2 miliarde de euro global, GROUPE ATLANTIC îmbunătățește confortul termic pentru a răspunde mai bine nevoilor esențiale de bunăstare, sănătate și igienă a milioane de clienți din sectorul rezidențial și terțiar, prin soluții și sisteme pentru încălzirea și răcirea apei și a aerului.



OB

Olga Barcari

TRAINER / BALAYAGE EXPERT

Tehnici de colorare avansată, sisteme de iluminare
și șuvițare, blonduri, balayage, airtouch, shatush



140.000 de muncitori străini ar putea veni la muncă în România în 2024. În ce domenii sunt cel mai căutați și ce salarii pot câștiga



Contingentul de muncitori străini care vor putea veni la muncă în România în 2024 va crește la 140.000, cu 40% mai mult față de pragul admis pentru acest an, respectiv 100.000. Cei mai mulți se angajează în retail, horeca, servicii, construcții, transport / logistică sau turism, pe poziții din segmentul entry level, care necesită maximum doi ani de experiență.

„Cu toate că nu mai vedem un număr atât de mare de români care să aplice pentru joburile din străinătate, sunt domenii în care angajatorii au în continuare probleme în a acoperi necesarul de personal cu forța de muncă existentă în România. În plus, toate sunt domenii afectate și de o fluctuație mare de personal. Pentru aceste industrii, importul de forță de muncă din străinătate, mai ales din afara Europei, a reprezentat o soluție utilă, în special pentru a rezolva problema stabilității angajaților. Sunt, totodată, sectoare care au, anual, volume mari de angajări”, spune **Roxana Drăghici, Head of Sales** în cadrul eJobs, liderul pieței de recrutare online din România.

Astfel, din cele aproape 350.000 de joburi postate de la începutul lui ianuarie și până la sfârșitul lunii noiembrie, 86.000 au fost postate de angajatorii din retail, 51.000 de companiile din servicii, 40.000 de cele din industria alimentară, 37.000 de cele din turism, 32.000 de angajatorii din transport / logistică și 28.000 de cei din construcții.

Potrivit datelor Salario, comparatorul salarial marca eJobs, mediile salariale nete, la nivel național, pentru un angajat care ocupă o poziție entry level în aceste domenii sunt cuprinse între 2.600 și 3.600 de lei, după cum urmează: de 3.000 de lei pentru cei care lucrează în retail, 3.600 de lei pentru angajații din construcții, 3.000 de lei pentru industria alimentară și horeca, 3.100 de lei pentru transport și distribuție și 2.600 de lei pentru turism.

„Muncitorii care vin din afara spațiului european au aceleași drepturi cu muncitorii români. La acestea se adaugă, însă, obligativitatea angajatorului de a le asigura cazare și de a le oferi un salariu minim echivalent salariului minim pe economie din

România. Chiar dacă recrutarea lor presupune o perioadă mai îndelungată de timp și costuri suplimentare și deși angajatorii sunt conștienți că, în unele cazuri, România reprezintă pentru cei care vin din Asia o punte de acces spre piețe mai mari din Europa, recurg la această soluție, pe fondul unui deficit adânc de candidați la nivel local”, explică **Roxana Drăghici**.

2022 a fost anul în care a crescut cel mai mult numărul de permise de lucru alocate muncitorilor din afara țării, în condițiile în care, în 2021, contingentul de lucrători străini nou admiși pe piața muncii a fost de 50.000, dublu față de anul precedent. Potrivit datelor oficiale, anul trecut au fost înregistrate peste 96.000 de contracte de muncă pentru angajați veniți din afara Uniunii Europene.

În acest moment, pe eJobs.ro, cea mai mare platformă de recrutare din România, sunt disponibile peste 24.000 de locuri de muncă. Aproape 6.500 aparțin angajatorilor din retail, 2.000 celor din construcții, 3.300 din servicii, 2.600 din transport / logistică și 2.200 din turism / horeca.

DESPRE EJOBS

Lansată în 1999, eJobs este prima platformă de recrutare din România și liderul pieței locale de profil. Începând cu anul 2012, este parte a grupului Ringier AG, compania internațională de media localizată în Zurich, Elveția. eJobs.ro le oferă clienților săi cea mai relevantă bază de candidați, pe care o pune la dispoziție prin metode eficiente, utilizând canale de media personale și cunoștințe avansate de Performance Marketing și campanii de Employer Branding, precum și tactici de optimizare a rezultatelor de recrutare. Cu +5 milioane de CV-uri, peste 2 milioane de vizitatori unici pe lună și 300.000+ companii care au beneficiat de serviciile lor, eJobs este cea mai mare platformă de recrutare la nivel local.



Compania elvețiană specializată în dezvoltarea de soluții cu inteligență artificială are planuri ambițioase în România.

Siméon Fluck

CEO and Co-founder
Zenko AI

Siméon Fluck



ELIDOR



dr Sorin Godeanu
medic primar ATI



1. DETOXIFIERE INTENSA PROFUNDA, INTENSA

**BINOMUL
MAXFLUREX - ORTOGEL**

2. ACTIVAREA RASPUNSULUI IMUN PERFORMANT

SIROPUL PULMOEXPRES
actioneaza operativ pe secventele
operative in cazul plamanului
afectat

maxFLUrex lotion

Soluție pentru uz extern
100 ml



3. TRIADA de DETOXIFIERE:

-URSOMAX
- DEPUREX
- CICOBIL

SC ELIDOR SRL

tel +40.746.254.004
021 336 77 78

ponticainvestment@gmail.com