



Nr. 14, martie 2024

clubantreprenor.ro

REVISTĂ DE EDUCAȚIE, CULTURĂ ȘI ACȚIUNE ANTREPRENORIALĂ

Interviu cu

Armand Domuța,

General Manager, Restart Energy

**ECHIPA FOARTE BUNĂ
ESTE CHEIA REUȘITEI NOASTRE**



**Cum să promovezi educația
și dezvoltarea profesională în ROMÂNIA,
de la CONCEPT LA REALITATE**



Susținem PUTEREA CUNOAȘTERII

Isabela Silvia Spătaru
Președinte

+40 722 466 826
www.cepec.ro
isabela@cepec.ro
Nerva Traian, nr 15,
bl M69, Sector 3,
București

Gala CONAF Women in Economy marchează o victorie pentru antreprenoare: angajamentul premierului pentru reprezentarea de gen în proporție de 50%

Sala Ateneului Român s-a dovedit neîncăpătoare, la cel de-al șaselea eveniment emblematic pentru antreprenoriatul feminin și egalitatea de gen. Devenită tradiție, Gala CONAF „Women in Economy – We dream, we can, we lead!”, s-a desfășurat anul acesta, în premieră pentru o confederație patronală, sub înaltul patronaj al Parlamentului European și al Reprezentanței Comisiei Europene în România. Ecosistemul antreprenorial feminin a obținut o victorie, după ce prim-ministrul Marcel Ciolacu a anunțat pe scenă, angajamentul ferm că se va asigura ca, în toate consultările cu reprezentanții mediului de afaceri, femeile să fie reprezentate în proporție de 50%. Această măsură vine ca o recunoaștere a succesului și eficienței demonstrate de femeile antreprenor, care contribuie semnificativ la economia românească, și care conform studiilor, generează profituri mai mari procentual decât omologii lor bărbați. Prin acest angajament, prim-ministrul subliniază importanța egalității și a dreptului la reprezentare echitabilă, oferind antreprenoarelor o platformă egală de exprimare și decizie în cadrul dialogului social care modelează viitorul mediului de afaceri. Este un pas major spre un mediu de afaceri mai incluziv și echitabil, care valorizează contribuția fiecărui membru al societății.

Un eveniment de asemenea magnitudine precum Gala Women In Economy produce o undă de impact profundă și întărește echitatea, diversitatea și recunoașterea succesului antreprenoarelor în societate.

Alături de cei peste 1.000 de invitați - oficiali, diplomați, manageri, antreprenori, au fost prezenți pe scena Ateneului Român: Consilierul prezidențial, domnul Cosmin Marinescu, care a transmis mesajul Președintelui României, E.S. domnul Klaus Werner IOHANNIS pentru întregul mediu de business; Președinta Republicii Moldova, E.S. doamna Maia SANDU; Președintele Senatului României, domnul Nicolae Ionel CIUCĂ; Prim-ministrul României, domnul Marcel CIOLACU; Șefa Reprezentanței Comisiei Europene în România, E.S. doamna Ramona CHIRIAC; Ministrul Culturii,



*Cristina CHIRIAC,
Președinta CONAF*

doamna Raluca TURCAN; Ministrul Afacerilor Externe, doamna Luminița Teodora ODOBESCU; Ministrul Dezvoltării, Lucrărilor publice și Administrației, domnul Adrian-Ioan VEȘTEA; Ministrul Cercetării, Inovării și Digitalizării, domnul Bogdan IVAN; precum și Ambasadorul SUA în România E.S. doamna Kathleen KAVALEC. Trofeul aurit al galei CONAF, a fost înmănat în cadrul Galei Women In Economy, următoarelor doamne care au demonstrat că, We dream, we can, we lead: Premiul «Contribuția adusă dezvoltării sectorului imobiliar» - Country managerul CPI România, doamna Fulga DINU; Premiul «Cred în România» pentru educarea și formarea noii societăți - Inițiatorul A fost odată & Co-autor Români de poveste, doamna Măriuca MIHĂILESCU; Premiul «Pentru exemplu de intraprenariat de succes în sectorul bancar» - CEO-ul ING Bank, doamna Mihaela BÎȚU; Premiul «New era» pentru educație creativă - Fondatoarea grădiniței Arkedo, doamna Jacqueline PAVEL; Premiul «Always inspire» pentru exemplu de antreprenariat feminin - CEO-ul Musette, doamna Cristina BÂTLAN; Premiul pentru restaurarea speranței în umanitate - Președinta Asociației Cetatea Voluntarilor, doamna Anamaria POPA; Premiul pentru excelență în medicină - Fondatorul și Directorul General Sanador, doamna Dr. Doris ANDRONESCU; Premiul «We seed, we grow, we



*Președinta Republicii Moldova,
E.S. doamna Maia SANDU*

feed» pentru expertiză și eficiență în agricultură - Președinta Sohatu SA, doamna Angelica IORDACHE; Premiul «1 manager cât 10» pentru cei 10 ani de creștere consecutivă a Nestlé România - Country general managerul, Nestlé România, doamna Silvia STICLEA; Premiul galei «We dream, we can, we lead!» pentru curajul de a depăși limitele - Prima femeie pilot de avion supersonic din România și prima femeie comandant de aeronavă din Europa, doamna Simona MAIEREAN!

Au fost acordate și două premii speciale: Premiul «We are the future» - Echipa de robotică RO2D2 și Premiul echipa de aur pentru momentele de glorie și mândrie națională - Echipa de handbal feminin Rapid București.

GALA "WOMEN IN ECONOMY We Dream, we Can, we Lead!" a fost organizată cu sprijinul organizațiilor partener:

Institutul Național al Patrimoniului, Universitatea de Vest Timișoara, Backstage Production Group și Asociația Națională a Antreprenorilor

Proud Partner: Google România
Brave Partner: Philip Morris România, OMV

Petrom, ASIROM și MSD
Great Partner: Luna Cleaning, Edenred, Vodafone, Transgaz, Euro Insol, Tempo Advertising, Auchan, Beauty-One, Argo Security, Galicea Mare, Baque, AB Traduceri, AZAY, Moov Leasing, iAM Sport și DEM Media.



6

INTERVIUL EDIȚIEI

Echipa foarte bună este cheia reușitei noastre

Interviu cu **Armand Domuța**,
General Manager, Restart Energy

CLUB ANTREPRENOR

12 Am creat primul marketplace de beton din România

Interviu cu **Marius Ivașcu**, Director General, Urgent Beton

16 Cum să promovezi educația și dezvoltarea profesională în ROMÂNIA, de la CONCEPT LA REALITATE

Interviu cu **Silvia-Isabela Spătaru**, Președinte, Asociația Centrul de Evaluare și Promovare prin Educație - CEPEC.org

22 Avocații aduc predictibilitate pentru antreprenori

Interviu cu avocatul **Bogdan Grosu**, Fondator și Managing Partner, Grosu și Asociații

26 Conformitate și lobby în sectorul financiar nebanca din România

Conversație cu **Dr. Adriana Ahciarliu Kyriakidis**, Fondator, DIPLOMAT CONSULT

29 Soluții Inovatoare pentru Gestionarea Riscului AML-CFT și Conformității cu Legislația din România

Interviu cu **Titus Ahciarliu**, CEO & Fondator, Hatch Logic

32 BBTR își propune să își extindă prezența la nivel global, consolidându-și poziția de lider în inovație

Interviu cu **Mihai Țecu**, Fondator și Director General, Best Business Travel (BBTR)

36 Antreprenorii noștri de succes nu sunt ascultați

Interviu cu **Adrian Mihai**, Președintele FBN România și cu **Mihaela Hârșan**, Secretar General, FBN România

40 Fidelizarea a venit prin calitatea serviciilor oferite și empatia față de pacientul cardiovascular

Interviu cu doamna **Cecilia Covrig**, Fondator, Spitalul Angiomedica

42 Am oferit permanent servicii de calitate

Interviu cu **Monica Predescu**, Fondator, Excelcont

44 Suntem o marcă românească, așa că este firesc să facem producția local

Interviu cu **Ana Maria Coman**, CEO și Cofondator, Caractero Stil

48 Aducem pe mesele oamenilor cireșele cu gustul de altădată, cireșele copilăriei

Interviu cu **Erika Șerban**, Co-Fondator, Livada cu Cireșe Bio Erika

50 Am ridicat ștacheta pentru întreaga industrie

Interviu cu **Oana Toma** și **Adriana Toma**, Fondatoare, Hadar Chalet

54 Coral Travel – unul dintre jucătorii importanți din turism în Europa, își consolidează poziția pe piața din România, care devine tot mai atrăgătoare pentru investitorii străini

58 Brandul Diva Pearls este în ascensiune de la an la an, semn că femeile iubesc bijuteriile valoroase

Interviu cu **Anca Tomescu**, Fondator, Diva Pearls

62 Green is Better: Transformarea Tipografiei prin Sustenabilitate

64 Ritmul de derulare a marilor proiecte de investiții în spitale trebuie accelerat

Interviu cu **Bogdan Vlădică**, Fondator, Sarimed Ltd.

67 LIBERTY Galați angajează 100 de ucenici în 2024

68 Susținem predarea în școli a noțiunilor de Prim Ajutor!

Interviu cu **Dan-Valentin Grososiu**, Vicepreședinte, Asociația Salvatorilor Voluntari pentru Situații de Urgență

ONG

70 Argument pentru implementarea principiilor ESG

72 Dinamism. Conexiune. Încredere. Dezvoltare.

Crina Diculescu, Fondator, Dynamic Business Connections

BUSINESS NEWS

74 În ultimul an, Asociația Ateliere Fără Frontiere a sprijinit peste 1.500 de persoane să se reintegreze pe piața muncii

76 Cum au influențat evoluțiile geopolitice operațiunile de comerț internațional ale companiilor românești

78 România ar putea câștiga 24 miliarde de euro anual, dacă ar angaja cu 3% mai multe femei, până în 2030

80 Creștere de 50% a cifrei de afaceri pentru Sixense România în 2023

NR. 14, MARTIE 2023

Revistă de educație, cultură și acțiune antreprenorială

PUBLICAȚIE EDITATĂ DE

BDC MEDIA GROUP SRL

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

DARIUS BUZGURE, REDACTOR

DARIUS.BUZGURE@CLUBANTREPRENOR.RO

CIPRIAN MAILAT, DIRECTOR DE DEZVOLTARE

CIPRIAN.MAILAT@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:

BDC MEDIA GROUP 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.

POSM Display



**CARTON ONDULAT
HDF / MDF / ALTE MATERIALE RIGIDE
rezistență 25 kg/poliță**

Inspiră-te, Conectează-te și Implică-te
în Comunitatea Antreprenorială!

ABONAMENT INTEGRAT



Abonament anual (12 luni): Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv

(publicare articole, evenimente și revistă business)

Avem plăcerea să vă prezentăm o ofertă specială pentru un **abonament integrat la Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv în perioada 1 martie 2024 – 28 februarie 2025**, care include următoarele beneficii:

- **1 articol / lună** publicat pe **clubantreprenor.ro** și **ziarulpozitiv.ro** (+ postări social media).
- **Primirea la birou a publicației tipărite Club Antreprenor**, care are o apariție trimestrială (martie, iunie, septembrie și decembrie).
- **Acces gratuit în audiență (1 invitat / eveniment)** la toate conferințele noastre pe toată perioada colaborării, la cele **4 Gale Club Antreprenor** și la **Gala Ziarul Pozitiv**. Precizăm că dezbaterile și Galele vor fi găzduite de **Palatul Camerei de Comerț și Industrie București** – str. Ion Ghica, Nr. 4, Sector 3, București.

Preț Abonament 12 luni (1 martie 2024 – 28 februarie 2025): 2.000 lei

Mai jos este lista cu evenimentele pe care le vom organiza în 2024 și 2025.

 **clubantreprenor.ro** și



sunt proiecte înfrățite.

PLANIFICARE EVENIMENTE 2024 + 2025 – REVISTA CLUB ANTREPRENOR ȘI ZIARULPOZITIV.RO:

- 30 ianuarie 2024 – **Viitorul afacerilor de familie în România**, Ediția a II-a (realizat)
- 6 februarie 2024 – **Cercetare și inovare în medicină și farmacie**, Ediția a IV-a (realizat)
- 20 februarie 2024 – **Forumul de Infrastructură, Transporturi și Logistică**, Ediția a III-a (realizat)
- 12 martie 2024 – **Forumul diplomației economice și al exportatorilor**, Ediția a III-a (realizat)
- 14 martie 2024 – **Gala Club Antreprenor**, Ediția a XIV-a
- 26 martie 2024 – **Future Energy Europe Summit**, Ediția a III-a
- 28 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 contrafacțiilor?**, 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 IV-a
- 17 decembrie 2024 – **Gala Club Antreprenor**, Ediția a XVII-a
- 30 ianuarie 2025 – **Viitorul afacerilor de familie în România**, Ediția a III-a
- 6 februarie 2025 – **Cercetare și inovare în medicină și farmacie**, Ediția a V-a
- 20 februarie 2025 – **Forumul de Infrastructură, Transporturi și Logistică**, Ediția a III-a

VĂ STĂM LA DISPOZIȚIE PENTRU DETALII SUPLIMENTARE.

Contact:

Mircea Fica, Fondator, Club Antreprenor,
0732.903.216,
mircea.fica@clubantreprenor.ro
Roxana Biga, Project Manager;
0743.292.252,
roxana.big@clubantreprenor.ro
George Vâlcu, Fondator, Ziarul Pozitiv,
0768.323.423, george.valcu@ziarulpozitiv.ro

Susțineți și citiți presa de calitate!
Mulțumim frumos.

DESPRE CLUB ANTREPRENOR

Echipa **Club Antreprenor** editează revista tipărită Club Antreprenor (cu apariție trimestrială – martie, iunie, septembrie și decembrie) și administrează site-ul clubantreprenor.ro. 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 este un proiect independent, democratic, care susține societatea civilă, dezvoltarea mediului de afaceri, educația, cultura, sănătatea, sustenabilitatea și toate inițiativele cu impact pozitiv.



Echipa foarte bună este cheia reușitei noastre

Interviu cu Armand Domuța, General Manager, Restart Energy

Ce reprezintă în acest moment Restart Energy în ecosistemul energetic românesc?

Mă bucură întrebarea și mi se pare că este o ocazie foarte bună de a spune narativul din jurul companiei.

Când am înființat Restart Energy am avut în minte o singură misiune, mi-am dorit să schimb modul în care energia este tranzacționată și furnizată pe piața din România, monopolul pe care l-am găsit în piață în 2015. Un an mai târziu lansăm prima franciză de energie din România, lucru care ne-a ajutat să câștigăm într-un singur an peste 10.000 de clienți din piața liberă. Totodată, deveneam primul furnizor de energie electrică din România, care lansa instrumentele digitale de schimbare ale furnizorului, un proces care se desfășura 100% online, fără birocrație și fără deplasări inutile ale clienților noștri între sedii.

Am putea spune că am început Restart Energy dintr-o dorință puternică de a schimba narativul pieței de energie. Noi, eu și Renato Doicaru, partenerul meu, am avut de la început acest gând: să oferim societății și companiilor acces facil acompaniat de costuri rezonabile la surse de energie. Pentru că sunt antreprenor, înțeleg dinamica dezvoltării unei companii antreprenoriale în dezvoltarea liniilor de producție, gestionarea resurselor și cât de importantă este o componentă precum energia în acest proces și pe drumul antreprenorial și în cadrul unei economii sănătoase.

Sunt multe sectoare unde costurile asociate energiei sunt cele care, de cele mai multe ori, transformă o afacere cu potențial într-una la limita supraviețuirii. Ne-am dorit să schimbăm asta, să ne susținem partenerii, să rămânem fideli misiunii inițiale și pe măsură ce compania s-a mărit, având acum

în jur de 250 de angajați, să reușim să o transmitem întregii echipe Restart Energy. Experiența noastră în domeniul energetic a început undeva în 2009, pe zona energiei regenerabile, în special pe segmentul fotovoltaic. Am construit cu mult dinamism, având direcții de dezvoltare clare și o echipă foarte bună, acesta consider că este cheia reușitei noastre, care în 2023 ne-a dus către un turnover de 60 de milioane de euro.

Am rămas loiali acestei misiuni și dorinței noastre de a sprijini antreprenorii. Am luat decizii curajoase în momente cheie și ne-am concentrat întotdeauna pe livrarea de valoare adăugată partenerilor noștri.

Depunem toate eforturile necesare pentru a le înțelege business-urile și nevoile, de a le oferi cele mai bune soluții pentru energia de care au nevoie într-un context legislativ, fiscal și economic volatil. Anul trecut industria a înregistrat o scădere a consumului de energie, tocmai din cauza costurilor fluctuante. Restart Energy oferă partenerilor săi, prin proiectele de energie regenerabilă predictibilitate și stabilitate în costuri și cel mai important, abilitatea de a-și atinge obiectivele de dezvoltare.

În acest moment avem 3 linii de business: DOWNSTREAM, UPSTREAM și SERVICII.

Suntem organizați pe linii de business și avem o cultură antreprenorială puternică. Am investit mult în programe interne de organizare, în construcția unei culturi organizaționale deschise și în comunicarea internă.

Mă bazez foarte mult pe echipă și încerc să construiesc un management colaborativ, dinamic, accentuat pe beneficiile finale ale implementării proiectelor noastre. Orice proiect la Restart Energy începe cu întrebarea "De ce ne-ar alege clientul pe noi?". Încercăm în fiecare clipă să gândim din perspectiva clientului.

Cred că tocmai această cultură m-a ajutat să construiesc o echipă atât de bună, care a

rezonat cu valorile pe care Restart Energy le are la bază: centrarea pe client, transparență, etică și inovație.

Furnizarea de energie către clienții finali și cea de gaz au cunoscut o creștere organică rapidă, impulsionată de cererea naturală.

Înregistrăm pe aceste linii 80.000 de clienți, persoane juridice și fizice, transformându-ne în unul dintre cei mai mari furnizori independenți de pe piața de energie.

În anul 2021 în piața de energie electrică și gaz au apărut o serie de factori, care au distorsionat puternic evoluția pieței și ale căror efecte negative au fost resimțite de toți cei implicați: consumatori, furnizori, distribuitori și producători.

A fost un moment complicat pentru noi, dar ne-am concentrat pe soluții și am luat câteva decizii curajoase: am renunțat la serviciul de furnizare gaz, în mod asumat, și am decis să ne diversificăm activitatea. Am identificat o oportunitate importantă: nevoia clienților industriali de a produce energia proprie.

În Q4 2021 am înființat Divizia Restart Solar, parte a liniei de business Downstream.

Proiectele noastre de tip EPC (inginerie, achiziții și construcții) au ajuns acum la un număr de 127 și suntem încântați că avem un număr mare de parteneri pe care am putut să îi ajutăm să își optimizeze costurile cu energia. Pentru mulți dintre ei a însemnat stabilitate și posibilitatea de a se dezvolta.

Tot în 2021 intră în acționariatul companiei fondul de investiții american Tejas Capital Group, prin parteneriat cu Interlink Capital Strategies, o companie cu o istorie de peste 30 de ani de administrare de fonduri și soluții de finanțare, fondată de Neil Bush, membru al familiei Bush.

Interlink acționează ca "delegated authority lender" pentru US EXIM Bank.

Tot în 2021 Restart Energy One (REO) vine cu o premieră, prima emisiune



de obligațiuni verzi listată pe piața românească la Bursă de Valori București (BVB). Dimensiunea emisiunii: 3,2 milioane de euro.

Printr-un proiect de energie solară, o instalație solară cu opțiuni de stocare se pot economisi până la 100% din costurile cu energia, ceea ce este un ajutor imens pentru antreprenori.

Avem procese bine definite și oferim consultanță și suport în alegerea celei mai bune soluții de finanțare ale energiei

regenerabile. Este o Divizie care a crescut mult pe parcursul anilor 2022 și 2023, iar în acest an avem ca obiectiv dublarea celor 20,54 GW de energie produsă cu aceste sisteme.

Avem și o linie de distribuție de echipamente pentru instalatori, linie care crește puternic în acest început de an. Tot 2023 a adus și lansarea propriului brand de panouri solare.

Linia de business

Upstream dezvoltă proiecte utility scale, de minim 50MW. În acest moment avem un

pipeline aproximativ de 1 GW de proiecte. Cel mai mare proiect din acest pipeline are 500 MW. Capacitățile dezvoltate pe această divizie au un caracter ambivalent pentru noi. Anumite capacități vor fi construite și vândute către fonduri de investiții și jucători strategici, iar altele vor fi construite și operate intern de către Restart Energy. Dezvoltarea acestor proiecte necesită o sincronizare perfectă între multe elemente: legal, tehnic și reglementare. Ne mândrim cu acest know-how unic dezvoltat intern.



Prin ce se distinge compania dumneavoastră într-un segment de piață extrem de competitiv și riscant?

Nouă ne place competiția pentru că aduce diversitate și pentru că o piață competitivă aduce mai multe beneficii clientului final, este un driver important pentru inovație, iar inovația este parte integrantă din Restart Energy. De aceea credem cu tărie că este utilă concurența.

Restart Energy a fost mereu fidelă misiunii sale, chiar și în momentele mai puțin bune, riscante, cum le-ai denumit, am acționat pe o linie fermă și curajoasă.

Cred că unul dintre elementele distinctive a

fost viziunea companiei, direcția clară, inovația la nivel de business. Preferăm să extrapolăm această situație riscantă și să ne gândim la partenerii noștri, care trec prin situații similare și să le oferim beneficii prin proiectele pe care le implementăm. Totul stă în transformare, în schimbare și în adaptare.

În același timp am alături de mine una dintre cele mai bune echipe, competente, care a reușit să se adapteze rapid viziunii și care sunt motorul din spatele dinamicii Restart Energy.

Putem vorbi despre prețuri foarte bune atunci când vine vorba despre portofoliul Restart Energy. Noi acum lansăm un proiect

de retail în zona de energie solară, proiect care va acorda acces rapid la kit-uri fotovoltaice, cu finanțare și montaj incluse. Ne vom ține și aici promisiunea de a livra cele mai bune prețuri din piață. Este un proiect dedicat consumatorului final, un proiect prin care acesta poate câștiga până la 80% economii cu energia și independența energetică. Însă, subliniez, că adevăratul avantaj competitiv este chiar misiunea noastră: acces facil, costuri minime la energie!

Ce portofoliul de clienți aveți în prezent? Care este strategia companiei în atragerea de noi clienți?

Portofoliul actual este un mix între Small local, Big Local și Internațional. Avem parteneri din toate zonele și industriile și o subdivizie de R&D (cercetare și dezvoltare) dedicată de Agrivoltaice care poate dezvolta proiecte extrem de interesante pentru antreprenorii agricultori.

Soluția implică fundamental instalarea modulelor fotovoltaice deasupra câmpurilor agricole. Panourile, susținute de o structură durabilă, sunt plasate strategic pentru a captura lumina solară în scopul producției de energie, în același timp creând un mediu armonios pentru prosperarea culturilor.





Restart Energy a încercat mereu să dezvolte noi linii de business, linii care să acopere diferite și variate nevoi ale consumatorilor.

În ianuarie 2021, Restart Energy a semnat un parteneriat cu fondul american Interlink Capital Strategies din Washington DC pentru finanțarea dezvoltării a 500 MW de proiecte regenerabile în România până în 2025, în vederea furnizării de energie 100% verde produsă local către toți clienții finali.

În ultimii 3 ani ați ajutat foarte mulți clienți să facă economii la energie, prin construcția și instalarea unor sisteme de generare a energiei fotovoltaice proprii. Ne puteți oferi câteva exemple?

Desigur, mai jos, regăsiți câteva proiecte realizate de echipa Restart Energy, tipuri de locații, valoarea investiției, puterea instalată și economia realizată / an.

INSTALAȚII FOTOVOLTAICE ROOFTOP

Florea Grup - 5 locații industriale, 2 hoteluri

Putere instalată - 1.74 MW
Valoare investiție - 1.096.200 EUR

CO2 evitat în atmosferă - 631 tone/an

Economie realizată de client - 206.000 EUR/an

Cottontex - 4 locații

Putere instalată - 1.14 MW
Valoare investiție - 783.996 EUR
CO2 evitat în atmosferă - 370 tone/an

Economie realizată de client - 233.638 EUR/an

Rekord - 2 locații

Putere instalată - 1.1 MW
Valoare investiție - 837.143 EUR
CO2 evitat în atmosferă - 366 tone/an

Economie realizată de client - 207.100 EUR/an

INSTALAȚII FOTOVOLTAICE LA SOL:

Tehno Proenergy - 1 locație

Putere instalată - 1 MW
Valoare investiție - 944.055 EUR
CO2 evitat în atmosferă - 155 tone/an

Economie realizată de client - 186.200 EUR/an

Cotnari - 1 locație

Putere instalată - 400 kW
Valoare investiție - 338.083 EUR
CO2 evitat în atmosferă - 156 tone/an

Economie realizată de client - 99.000 EUR/an

“Mi-am dorit să schimb modul în care energia este tranzacționată și furnizată pe piața din România, monopolul pe care l-am găsit în piață în 2015.

“Restart Energy oferă partenerilor săi prin proiectele de energie regenerabilă predictabilitate și stabilitate în costuri și cel mai important abilitatea de a-și atinge obiectivele de dezvoltare.

Killer - 1 locație

Putere instalată - 451,8 kW
Valoare investiție - 288.000 EUR
CO2 evitat în atmosferă - 155 tone/an
Economie realizată de client - 60.762 EUR/an

De regulă, consumatorii se uită la preț, condiții de plată și durată într-un contract. Este suficient? Este bine sau nu pentru consumatori să-și schimbe furnizorul de energie?

Este o întrebare care cred că va avea multă relevanță în momentul în care actualul mecanism de compensare se va încheia și când vom reînvia să “existăm” cu toții într-o piață liberă și concurențială. Dar voi încerca să răspund ca să nu ocolesc răspunsul, sigur prețul și durata sunt întotdeauna importante. Cred însă că cel mai important este să ai un partener puternic alături, care nu doar îți vinde ceva, dar care contribuie în mod activ la dezvoltarea afacerii tale prin sfaturi competente și care rămâne alături de tine și în vremurile dificile, nu doar în cele senine. Acest partener este Restart Energy.

În prezent România are peste 110.000 de prosumatori, care au o putere cumulată instalată de circa 1.400 MW, iar tendința este de creștere. Cum vedeți viitorul acestor prosumatori ținând cont de limitările din rețeaua Transelectrica și de lipsa stocării?

Este un segment nou, în continuă schimbare care evoluează foarte rapid. Nu există o soluție rapidă și eficientă, mai întâi atât noi, jucătorii privați, cât și autoritățile de reglementare trebuie să fim deschiși și să învățăm și să acceptăm că nu le știm pe toate, iar soluția va veni dintr-un exercițiu nu foarte utilizat, din păcate, foarte mult în România, dialogul public privat. Nu vorbesc de cel formal de televiziune ci de cel consistent, implicat și onest care trebuie să existe pentru ca la final consumatorul să se bucure de cel mai bun cadru fiscal și de reglementare.

În opinia dumneavoastră, ce investiții în sectorul energetic sunt de maximă urgență?

Răspunsul este DA fără echivoc. Avem nevoie de investiții. În actualul context geopolitic este foarte important să alocăm resursele necesare pentru dezvoltarea sectorului energetic. Desigur, această dezvoltare trebuie să aibă în spate o strategie clar definită pentru că altfel rezultatul nu va fi cel așteptat. De aici vor rezulta și elementele pe care dorim să le construim ca piloni viitori pentru sectorul energetic național și european.

În România cred că prioritar este dezvoltarea rețelilor de transport, stocarea și exploatarea eficientă a potențialului solar și hidro, dar și menținerea și dezvoltarea unui mix echilibrat de producție bazat pe resursele noastre interne, gaze naturale ieftine pentru tranziție și independența energetică prin know how nuclear pe termen mediu și



lung. Este foarte important de reținut că ramura economiei care aduce cea mai valoare adăugată, industria are nevoie de energie curată la prețuri cât mai mici și predictibile pentru a putea concura într-o piață globală competitivă în care concurența industrială cea mai puternică din Asia și Statele Unite nu are încă costuri cu emisiile de CO2 la nivelul EU.

La final, vă rugăm un mesaj pentru autorități. Ce ar trebui să întreprindă pentru sectorul energetic, pentru ca România să aibă garanția independenței energetice?

Anul 2024 va fi unul complicat. Avem un context geopolitic complex dublat de faptul că la nivel național și nu numai urmează un an electoral. Mesajul meu pentru autorități este să ofere mediului privat predictibilitate, să aibă deschidere către un dialog onest și nu în ultimul rând să pună în capul fiecărei măsuri luate protejarea

„În anul 2021 în piața de energie electrică și gaz au apărut o serie de factori care au distorsionat puternic evoluția pieței și ale căror efecte negative au fost resimțite de toți cei implicați: consumatori, furnizori, distribuitori și producători.

capitalului și a resursei umane. Aceste elemente vor asigura un cadru care va permite României să aibă resursele necesare pentru a construi un sector energetic robust și rezilient. Cred că actuala conducere de la ministerul Energiei are o viziune bună legată de ceea ce ar trebui făcut în energie în România, pe termen lung, cu focus pe energie regenerabilă și elementele de independență energetică și plus valoarea industrială (stocare, gaze și nuclear). Trebuie lucrat la comunicarea acestei viziuni către public și la explicarea a ceea ce va însemna implementarea ei pentru consumatori și investitori. De asemenea, este important ca viziunea să fie pusă în practică cât mai eficient posibil.

**R•START
EN•RGY**

Ambalaje personalizate



ambalaje carton ondulat & carton duplex
cutii premium rigide



globalprint

Am creat primul marketplace de beton din România

Interviu cu Marius Ivașcu, Director General, Urgent Beton



noastră pilot, împinsă și de pandemia care a cerut inclusiv domeniului betoanelor să-și dezvolte vânzările online, astfel că am continuat să investim resurse și s-o dezvoltăm.

Venind din lumea de software, ne-am inspirat din zona aplicațiilor din industria hotelieră, cum sunt Airbnb și Booking. Inovația pe care am adus-o în domeniu este prețul dinamic în funcție de cerere și ofertă, folosind inteligența artificială. Principalul principiu care ne ghidează este acela de priorizare a clientului, prin simplificarea procesului de comandă, contul de client și garanția livrării, dacă vorbim despre marketplace, și de simplificare și eficientizare a activității stațiilor prin implementarea unui sistem de software digitalizat.

De asemenea, la mijlocul anului trecut, am mai început un proiect pilot și anume participarea la licitații pentru furnizarea de beton. Am avut rezultate foarte bune, care ne-au conferit un start sigur pentru încă una dintre inovațiile noastre. Am observat dificultatea furnizorilor noștri în a participa la licitații, astfel că le-am oferit noi, ca soluție, acest nou departament care face munca pentru ei. Noi ne ocupăm de sarcina dificilă de întocmire a dosarului, prin ei ajung să fie livrate volumele pe care noi le obținem câștigând licitațiile.

Ce beneficii au companiile și persoanele fizice care apelează la serviciile dumneavoastră?

Pentru clienții persoane fizice este simplu să comanzi și există posibilitatea de plată în rate. Iar companiile au posibilitatea de a plasa comanda 24/7 direct de pe telefon, iar prin contul de client din platforma noastră indirect sunt puși în legătură cu toți furnizorii din platformă. Contul de client conține și un portofel electronic care este

Urgent Beton este o casă de comenzi online (marketplace) pentru produse și servicii din industria betoanelor. Cu ce ați venit nou pe piață? Care sunt principiile care au stat la baza evoluției companiei?

Urgentbeton.ro este unul dintre proiectele pe care compania noastră le dezvoltă

pentru industria betoanelor. Noi am creat primul marketplace de beton din România ca un proiect pilot, pentru a înțelege mai bine comportamentul clienților și furnizorilor din domeniu. Am avut nevoie de asta ca să pornim de la o bază reală, proiectul nostru principal și anume aplicația de planning pentru stațiile de betoane. Piața însă a răspuns foarte bine la ideea



încărcat, în cazul clientului fizic, cu suma obținută prin credit pentru plata în rate, iar în cazul companiilor cu suma care le este creditată direct de către noi după procesul de evaluare pentru obținerea plății la termen.

Avem și un program de loialitate pe care urmează să-l lansăm în următoarea perioadă, prin care clienții noștri constructori să aibă beneficii financiare și nu numai din folosirea platformei create de noi.

Cum funcționează procesul de cumpărare, de la plasarea comenzii pe site-ul urgentbeton.ro și până când beneficiarul primește produsul la locul solicitat?

După ce un client plasează o comandă pe site-ul nostru, softul pe care noi l-am creat calculează prețul folosind un algoritm bazat pe preț, distanță și disponibilitate, și îi oferă clientului mai multe opțiuni din care acesta poate să aleagă. După ce comanda a fost plasată, furnizorul este informat fie direct, dacă folosește și celelalte aplicații ale noastre, fie indirect, fiind contactat de către unul dintre operatori

noștri. După efectuarea plății online, clientul primește confirmarea livrării la data și în intervalul orar solicitat.

Cum se calculează prețul final?

Algoritmul complex de calcul este inovația noastră. Acest algoritm ne-a determinat să fim singurii care au realizat un marketplace pentru un domeniu în care variabilele sunt o constantă.

Cu ce transportatori / distribuitori aveți colaborări? În cât timp ajunge produsul comandat la destinație?

În mai mult de 90% dintre cazuri, transportul este asigurat de către producător. Însă, în momentul de față avem un parteneriat și cu o firmă de transport din zona București-Ilfov. Betonul ajunge la destinație în data și în intervalul orar cerut de către client. Încă un proiect la care lucrăm activ este să creăm și alte parteneriate pentru transportatori și serviciile de pompare, iar pentru asta dezvoltăm o aplicație pe care aceștia să o poată utiliza.

“
Inovația pe care am adus-o în domeniu este prețul dinamic în funcție de cerere și ofertă, folosind inteligența artificială.

“
Producătorii cu care noi colaborăm sunt cei care oferă garanția calității, iar noi selectăm numai producătorii care pot oferi aceste standarde de calitate, conform valorilor care stau la baza companiei noastre.

Cu ce producători de beton aveți parteneriate? Ce garanții de calitate oferiți clienților?

Până acum UB a fost o platformă închisă, distribuitorii neputând să adere la noi fără cererea noastră directă. Acum că am văzut cât de bine a răspuns piața și am înțeles principiile de funcționare ale acestora mult mai bine, putem să ne deschidem spre aceștia la nivel național, în mod informat și asumat. Producătorii cu care noi colaborăm sunt cei care oferă garanția calității, iar noi selectăm numai producătorii care pot oferi aceste standarde de calitate, conform valorilor care stau la baza companiei noastre. Acest proces de selecție va fi păstrat cu strictețe și după deschiderea spre noi producători, alături de care ne vom putea extinde la nivel național.

În ce regiuni din țară asigurați distribuția produselor din beton? Intenționați să vă extindeți în perioada următoare?

Începând de anul acesta am început deja procesul de extindere la nivel național. Până în prezent am activat

doar în zona București-Ilfov și în județele Prahova și Constanța, iar de curând și Brașov.

Ce volume reușiți să vindeți lunar? În ce orașe și regiuni vindeți mai bine?

Volumele noastre sunt în continuă creștere în fiecare an, lunile cele mai productive fiind între iunie și octombrie. București și Ilfov, așa cum era de așteptat, aduc cele mai multe vânzări, însă Constanța a început să prindă din urmă, iar noi sperăm că și celelalte județe vor avea în scurt timp un randament demn de menționat.

Aveți un parteneriat cu tbi bank, pentru plata în rate a produselor. Cum a fost primit acest produs de către clienți?

Parteneriatul nostru cu TBI bank este doar primul pas în partea de soluții financiare pe care ne dorim să le oferim clienților noștri. Fiind un serviciu inovativ, a fost primit în

prima fază cu o oarecare reticență, startul fiind mai dificil deoarece a necesitat o perioadă de informare a clienților.

În ultimii ani a crescut foarte mult vânzarea prin mediul online. Ce investiții ați realizat în platforma dumneavoastră online?

Fiind o firmă de software noi lucrăm constant la îmbunătățirea platformei, deci putem spune că este o investiție permanentă. Urmărim cu atenție trendurile din domeniile de e-commerce și software și avem o introducere și mai mare a uneltelor de inteligență artificială.

Cum apreciați cererea de beton din partea marilor șantiere de construcții, în ultimul an? Ce previziuni aveți pentru perioada următoare?

Unele șantiere și-au amânat începerea construcțiilor în ultimul an, deci n-a existat

neapărat o creștere față de anul precedent. Putem totuși să presupunem că asta înseamnă și că va exista o creștere în următorii 2 ani.

Cum credeți că va evolua prețul betonului în următorii 2-3 ani?

Cu siguranță va exista o evoluție ascendentă a prețului, influențat foarte mult inclusiv de supra-taxarea poluării, pentru că asta afectează toate serviciile conexe cu fabricarea betonului. Însă prin digitalizarea pe care noi o promovăm în acest domeniu, producătorii de beton își pot optimiza costurile astfel încât acestea să nu se reflecte 100% în prețul final al betonului.

Care sunt planurile de viitor pentru Urgent Beton?

Întâi și întâi trebuie menționat că atunci când vorbim despre Urgent Beton vorbim despre două părți ale aceleiași monede. Pe





de o parte avem platforma digitală urgentbeton.ro, unde planurile noastre de dezvoltare sunt extinderea departamentului de licitații, care vine în completarea directă a procesului de dezvoltare la nivel național. Pe cealaltă parte avem produsul de planning oferit stațiilor de beton. Focusul nostru principal în viitorul apropiat îl reprezintă dezvoltarea soluțiilor software pe care le-am creat pentru producătorii de beton și pentru serviciile de transport și pompare.

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

Dacă ne referim la digitalizarea pe care o aducem în lumea betoanelor, potențialul de creștere este foarte mare. La nivel mondial domeniul construcțiilor este cel mai slab digitalizat, iar România nu face excepție. Avântul tehnologic din ultimii ani oarecum forțează alinierea și acestui domeniu la progresul digital. Dacă ne referim la industria betoanelor și la serviciile conexe, acestea pot beneficia tocmai de pe urma acestei digitalizări.

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

Într-o piață a construcțiilor în curs de digitalizare, avem o singură recomandare insistentă adresată atât antreprenorilor din partea de producție și transport a betonului, cât și celor din construcții: deschiderea spre a investi în tehnologizarea și digitalizarea care oferă sisteme și simplifică procese de ambele părți.

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

Pentru modernizarea administrației și reducerea birocrăției deja vedem pași într-o direcție bună. Din punctul meu de vedere se poate întâmpla prin accelerarea procesului de digitalizare, dar cred că este necesar și ca angajații din cadrul administrațiilor să aibă cunoștințele și competențele necesare lucrului într-un mediu digitalizat. În ceea ce privește stimularea mediului de afaceri, cred că e nevoie de

“
Focusul nostru principal în viitorul apropiat îl reprezintă dezvoltarea soluțiilor software pe care le-am creat pentru producătorii de beton și pentru serviciile de transport și pompare.”

predictibilitate și stabilitate a fiscalității.

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?

Răspunsul la această întrebare este foarte complex, pentru că trebuie să definim ce înseamnă antreprenoriat în România. Cred că ar fi mai productiv să ne comparăm cu nivelul nostru din urmă cu 10 ani, cu 20 ani, și să observăm astfel evoluția. Personal, cred că mai avem multe de învățat despre ce înseamnă să fii antreprenor, dar văd și multe exemple pozitive în jurul meu, iar asta este foarte încurajator.



Cum să promovezi educația și dezvoltarea profesională în ROMÂNIA, de la CONCEPT LA REALITATE

Interviu cu **Silvia-Isabela Spătaru**,
Președinte, Asociația Centrul de Evaluare și Promovare prin Educație - CEPEC.org

Când ați decis să înființați Asociația Centrul de Evaluare și Promovare prin Educație - CEPEC.org? În ce context?

Asociația Centrul de Evaluare și Promovare prin Educație (CEPEC.org) a fost înființată în 2019 în România, cu scopul general de a promova bunele practici în domeniul educației și formării profesionale. Această inițiativă a fost catalizată de recunoașterea lacunelor și provocărilor existente din sistemul de învățământ românesc, ceea ce a determinat un efort dedicat pentru o abordare cuprinzătoare a acestor probleme. În esență, CEPEC.org funcționează cu o viziune care subliniază importanța promovării principiilor de cooperare și a promovării accesului nediscriminatoriu la resurse la toate nivelurile – fie ele locale, regionale, naționale sau internaționale. Această abordare incluzivă reflectă angajamentul de a promova un mediu educațional echitabil și accesibil tuturor părților interesate.

De la înființarea sa, CEPEC.org s-a implicat activ în diverse inițiative menite să îmbunătățească calitatea educației și să încurajeze inovarea în practicile de formare profesională. Prin eforturi de colaborare cu părțile interesate din spectrul educației, organizația a facilitat schimbul de bune practici, a efectuat cercetări pentru a identifica domeniile de îmbunătățire și a implementat intervenții direcționate pentru a aborda provocările specifice cu care se confruntă educatorii și cursanții deopotrivă. CEPEC.org reprezintă un far al schimbării în peisajul educațional din România, susținând inițiative care nu numai că îmbunătățesc calitatea educației, ci și contribuie la obiectivul de a promova învățarea pe tot parcursul vieții și dezvoltarea durabilă. Considerăm că pe tot parcursul vieții, poți

învăța, te poți perfecționa sau o poți lua de la 0 într-un alt domeniu. Prin promovarea unei culturi a învățării permanente ne străduim să facilităm dobândirea de noi abilități și competențe în diverse domenii, încurajând astfel îmbunătățirea calității vieții pentru fiecare individ în parte.

Ce oferă CEPEC.org oamenilor și comunității? Cui se adresează?

Asociația Centrul de Evaluare și Promovare prin Educație (CEPEC.org) servește ca instituție esențială acreditată de Camera Deputaților, demonstrându-și angajamentul de a se implica activ în proiecte cu impact semnificativ pe piața muncii. O astfel de inițiativă notabilă este „Corelarea codurilor COR cu standardele de pregătire profesională”. Acest proiect subliniază dedicarea CEPEC.org de a asigura alinierea între codurile Clasificarea Ocupațiilor din România (COR) și standardele de formare profesională. Prin facilitarea acestei corelații, CEPEC.org contribuie la eficientizarea eforturilor de dezvoltare a forței de muncă, asigurându-se că programele de formare răspund în mod eficient nevoilor și cerințelor pieței muncii. În plus, CEPEC.org funcționează ca un centru de formare profesională autorizat, acreditat de Ministerul Muncii și Justiției Sociale și Ministerul Educației Naționale. Prin această acreditare, organizația oferă programe cuprinzătoare de formare în domeniul HoReCa (Hoteluri, Restaurante și Cafenele) și sectorul industrial. Cursuri non-formale pe competențe cheie digitale, antreprenoriale și competențe de bază ca de exemplu matematică inovativă - să îi ajute pe profesori să predea diferit la clasă. Încercăm să rămânem la curent cu ultimele noutăți și să ne implicăm constructiv în

definirea unor standarde inovatoare în domeniul inteligenței artificiale. Pentru aceasta, am început o serie de inițiative esențiale, cum ar fi:

- **Educație și înțelegere:** Este crucial să avem o înțelegere solidă a inteligenței artificiale și a modului în care este utilizată în prezent. Acest lucru implică nu doar cunoașterea teoretică, ci și dobândirea unei perspective practice asupra modului în care IA influențează diferite aspecte ale vieții noastre. Astfel, ne propunem să angajăm resurse pentru a participa la studii academice relevante, la cursuri sau seminarii specializate în domeniul IA și să ne autoeducăm prin lectură și cercetare activă a tendințelor și inovațiilor din domeniu.
- **Experiență practică:** Pentru a completa cunoștințele teoretice cu competențe practice, ne propunem să ne implicăm activ într-un Centru de Excelență Digital. Acest centru va fi dedicat cercetării în profunzime a domeniului IA și va promova abordarea academică pentru explorarea temelor-cheie din acest domeniu. Odată ce aceste teme sunt validate și dovedite ca fiind utile în practică, intenționăm să le transferăm în sfera de activitate a ONG-ului nostru pentru a beneficia de avantajele oferite de implementarea soluțiilor AI în diverse domenii.
- **Implicarea în organizații de standardizare:** Multe standarde în domeniul inteligenței artificiale sunt dezvoltate de organizații de standardizare recunoscute la nivel internațional. Aceste organizații operează comitete sau grupuri de lucru specializate în IA și sunt întotdeauna în căutare de experți care să se implice în procesul de definire a standardelor în acest domeniu. Ne propunem să ne implicăm activ în



activitățile acestor organizații, să contribuim cu expertiza noastră și să stabilim parteneriate solide pentru a promova dezvoltarea standardelor care să reflecte cele mai bune practici și direcții în domeniul IA.

- Contribuția la dezvoltarea standardelor:

Odată ce ne implicăm într-o organizație de standardizare, ne propunem să aducem o contribuție valoroasă la dezvoltarea standardelor din domeniul inteligenței artificiale. Aceasta include participarea activă la discuții și dezbateri, elaborarea de propuneri constructive, revizuirea documentelor și votarea asupra standardelor propuse. Prin aceste acțiuni, ne dorim să influențăm direcția și calitatea standardelor în domeniul IA,

contribuind astfel la crearea unui cadru normativ robust și adaptat nevoilor și provocărilor actuale ale industriei.

Cel mai important lucru în Domeniul IA, un domeniu care este în continuă evoluție, este să rămânem conectați cu cele mai recente cercetări, tehnologii și tendințe. Aceste programe echipează indivizii cu abilitățile și calificările necesare pentru a excela în profesiile alese, contribuind astfel la dezvoltarea forței de muncă și la creșterea economică.

Mai mult, CEPEC.ong oferă informații valoroase și servicii de consiliere profesională, autorizate din 06.04.2021. Această autorizare permite organizației să ofere îndrumări și sprijin personalizat persoanelor care caută informații cu privire

la căile educaționale și de carieră, împuternicindu-le să ia decizii informate cu privire la eforturile lor viitoare.

Care au fost cele mai mari proiecte gestionate până acum?

Fiecare proiect este mai mare sau mai mic în felul lui, deoarece implică un cumul de forțe necesare de a ne autodepăși, dar mai ales pentru a atinge un scop social, educațional în beneficiul unui grup țintă. Printre cele mai revelante am putea menționa:

- 1. ADAPT** - Adaptare continuă prin dezvoltarea competențelor angajaților. Acest proiect a avut ca obiectiv general creșterea gradului de participare a 651 de angajați la activități de informare și conștientizare privind importanța formării profesionale, activități de consiliere profesională, programe de formare profesională precum și evaluare, recunoaștere și validare a rezultatelor învățării dobândite, în context non-formal și informal.
 - 2. STEP-UL - Un pas în cariera ta**, ce a avut ca și obiectiv îmbunătățirea nivelului de competențe pentru 201 de șomeri și persoane inactive, cu ajutorul informării și programelor de consiliere profesională. Proiectul a urmărit implementarea unui set complex de măsuri personalizate și integrate, care a vizat îmbunătățirea aptitudinilor și competențelor fiecărui individ în parte. În vederea asigurării sustenabilității, proiectul a avut parteneriate strategice cu 30 de reprezentanți relevanți ai mediului de afaceri pentru dezvoltarea de abordări inovative în vederea integrării pe piața muncii a persoanelor inactive.
 - 3. I-JOB** - proiectul a vizat promovarea unei ocupări sustenabile și de calitate a persoanelor inactive, cu accent pe șomerii de lungă durată ce a avut ca și obiective: creșterea ocupării șomerilor și îmbunătățirea competențelor acestora.
- Obiectivele generale ale proiectelor dezvoltate și implementate sunt cele care țin de creșterea gradului de angajabilitate și de facilitare a inserției pe piața muncii pentru o creștere a ocupării durabile a potențialilor lucrători.

Ce cursuri organizați? Cine poate participa la ele?

Cursurile pe care le avem în acest moment sunt din diverse domenii, menite să ofere posibilități multiple celor care decid să le acceseze. În principal cursurile sunt programe de calificare profesională, iar pentru participare trebuie să îndeplinești anumite condiții care pot varia de la un curs la altul. Amintim, totuși niște condiții generale de participare:

- Nivelul minim de studii absolvit poate fi de la clasa a IV-a până la studii superioare, în funcție de nivelul de calificare și / sau de specializare oferit la final;
- Vârsta maximă de participare este de 65 ani;
- Starea profesională poate varia de la a fi șomer, angajat sau persoană aflată în căutarea unui loc de muncă;
- Ce este cel mai important este să existe deschidere spre învățare.

Dar avem și cursuri non-formale care abordează teme de actualitate, cum ar fi Securitatea Cibernetică. Printre cele mai importante sunt următoarele:

- Cursul „Protecția Datelor cu Caracter Personal” are ca scop răspunsul la cerințele actuale de securitate și confidențialitate a informațiilor în contextul digital al mediului de afaceri. Prin intermediul acestui program educațional, ne propunem să dezvoltăm o înțelegere profundă a importanței protejării datelor personale, traducând conceptele complexe în cunoștințe accesibile și aplicabile în practică. Acest curs se concentrează pe aspectele teoretice și practice ale protecției datelor, abordând aspecte precum legislația relevantă, tehnologiile și procedurile de securitate.
- Cursul „Securitatea Informației” este conceput pentru a aborda nevoile dinamice de protecție și confidențialitate în mediul digital actual. Scopul nostru este să cultivăm o înțelegere profundă a securității informațiilor, simplificând conceptele complexe și oferind cunoștințe practice și aplicabile. Acest program educațional se axează pe tehnologiile, politicile și practicile de securitate informațională, pregătind participanții să

înțeleagă și să aplice soluții eficiente în gestionarea riscurilor și amenințărilor cibernetice.

- Cursul „Securitatea Cibernetică pentru Angajați”, concentrat pe tehnologiile emergente, recunoaște importanța erorii umane (peste 52%) ca factor major în incidentele de securitate cibernetică. Acest program educațional abordează provocările și soluțiile în domeniul securității cibernetice, oferind participanților instrumentele și cunoștințele necesare pentru a gestiona și a contracara amenințările din mediul digital. Prin intermediul acestui curs, ne propunem să construim competențe solide în securitatea cibernetică, contribuind la creșterea nivelului de conștientizare și pregătire în fața riscurilor și vulnerabilităților din lumea digitală. În timp ce marea majoritate a firmelor (81%) au planuri de digitalizare a rețelelor operaționale și inițiative de tip Industry 4.0, mult mai puține (57%) au alocat un buget de securitate cibernetică.

În raportul “Skills for Smart Industrial Specialisation and Digital Transformation” al Comisiei Europene se precizează că una dintre competențele digitale majore este cea legată de securitatea cibernetică. Securitatea cibernetică este esențială pentru inovațiile KET-urilor în toate cazurile. Noile tehnologii și procese sunt supuse provocărilor, alături de utilizatorii finali care trebuie să aibă încredere în mai multe sisteme digitale noi, în special în ceea ce privește datele private. Inevitabil, toate datele trebuie protejate; astfel, securitatea cibernetică este de cea mai mare prioritate atât pentru actorii industriali mari, cât și pentru IMM-uri. Mai mult, acestea din urmă au resurse limitate pentru a proteja împotriva atacurilor cibernetice.

Ce echipă de traineri aveți în prezent?

Diversitatea formatorilor este esențială pentru a răspunde la nevoile și nivelurile variate ale cursanților. De la specialiști cu expertiză academică înaltă, care pot preda cursuri la nivel universitar sau de specialitate, până la profesori cu experiență în învățământul preuniversitar, fiecare formator aduce o perspectivă unică și

abilități specifice în procesul de predare. Cursurile pot fi adaptate în funcție de nivelul de cunoștințe și de experiența participanților, iar selectarea formatorilor potriviți pentru fiecare nivel este esențială pentru a asigura o învățare eficientă și adecvată. Astfel, se pot asigura atât cursuri care să ofere o perspectivă academică și teoretică amplă, cât și cursuri mai practice și orientate spre aplicabilitatea în domeniul specific de activitate al cursanților. În plus, diversitatea formatorilor contribuie la creșterea accesibilității și relevanței cursurilor pentru diferite categorii de persoane, creând astfel oportunități de învățare și dezvoltare pentru toți cei interesați, indiferent de nivelul lor de pregătire inițial.

De ce calități este nevoie pentru a reuși într-un astfel de domeniu?

Destul de mult spus ideea de calitate... mai degrabă aș puncta că este nevoie în principal de o viziune clară de la început pentru a identifica scopul, obiectivele și modalitatea de implementare pentru rezolvarea problemelor sociale la care vei fi parte. Aș putea spune că ar trebui să existe o modalitate de completare a unui echilibru deplin a mai multor puncte forte printre care amintesc comunicarea, flexibilitatea, creativitatea și către final capacitatea de a putea inspira și motiva, totul ca pentru la final întregile acțiuni să fie transformate în decizii strategice.

Dacă ar fi să ne raportăm punctual la calitățile unui profesor acestea ar putea fi:

- **Pasiune pentru învățare:** un profesor devotat este mereu în căutarea cunoașterii și învățării continue. Își hrănește propriul său set de abilități și cunoștințe pentru a fi mereu la curent cu cele mai recente descoperiri și metode de predare. Această pasiune transmite un mesaj puternic elevilor sau studenților, inspirându-i să-și urmeze propriile lor căi de descoperire și dezvoltare.
- **Abilități de comunicare:** comunicarea este piatra de temelie a interacțiunii dintre profesor și elevi sau studenți. Un profesor eficient este capabil să explice concepte complexe într-un limbaj simplu și clar, adaptându-se nevoilor individuale ale fiecărui cursant. Abilitatea de a asculta cu

atenție și de a răspunde la întrebări și îngrijorări este esențială pentru a crea un mediu de învățare deschis și receptiv.

- **Răbdare și empatie:** fiecare elev sau student are propriile lui ritmuri și provocări în procesul de învățare. Un profesor răbdător și empatic este acolo pentru a oferi suport și încurajare în momentele dificile. Prin înțelegerea și empatia sa, el poate identifica nevoile individuale ale fiecărui cursant și poate oferi sprijinul necesar pentru a-i ajuta să își atingă potențialul maxim.

- **Creativitate:** procesul de învățare poate fi întotdeauna îmbunătățit prin introducerea unor metode și tehnici inovatoare. Un profesor creativ este deschis la explorarea diferitelor modalități de predare și învățare, folosind resurse și tehnologii diverse pentru a captiva și a stimula interesul elevilor sau studenților săi. Prin adaptarea lecțiilor și activităților la interesele și nevoile specifice ale grupului său, el poate transforma procesul de învățare într-o experiență captivantă și motivantă.

- **Organizare:** planificarea și organizarea sunt cruciale pentru a asigura eficiența și eficacitatea procesului de învățare. Un profesor bine organizat este capabil să gestioneze resursele și să planifice lecțiile în avans, asigurându-se că fiecare aspect al curriculumului este acoperit în mod adecvat.

Monitorizarea progresului elevilor sau studenților și oferirea feedback-ului adecvat sunt alte aspecte importante ale abilităților de organizare.

- **Adaptabilitate:** într-un mediu educațional în continuă schimbare, adaptabilitatea este cheia succesului. Un profesor flexibil și adaptabil este deschis la noi idei și tehnologii și este capabil să se adapteze la nevoile și cerințele în continuă schimbare ale elevilor sau studenților săi. Prin îmbrățișarea schimbării și prin căutarea constantă a modurilor de a îmbunătăți



procesul de învățare, el poate rămâne relevant și eficient în fața provocărilor din ce în ce mai mari ale mediului educațional contemporan.

Care a fost cea mai mare provocare pe care ați întâmpinat-o în decursul carierei dumneavoastră?

Fiecare moment din viața mea a fost o provocare. Parcursul meu a fost întotdeauna incert, iar această incertitudine aduce cu sine atât frumusețea, cât și multiplele provocări. Privind înapoi, am realizat că singurul lucru de care am fost sigură a fost alegerea facultății și a localității unde voi studia. Tot restul a fost o provocare constantă.

“Cea mai mare provocare a fost și rămâne să ascult mereu vocea inimii mele și să nu o ignor. Pentru că atunci când încercam să o ignor, aproape că înceta să mai bată.

Nu m-am născut într-o familie bogată sau într-un mediu privilegiat. Am respect pentru cei care au avut de luptat pentru a-și clădi drumul în viață, pentru că știu că sarcinile lor sunt de multe ori mai grele decât ale mele. Eu am avut privilegiul de a porni dintr-un loc mai jos și, astfel, riscul de a cădea era mai mic. Nu am simțit niciodată nevoia să-mi dovedesc valoarea în fața altora; tot ceea ce am făcut a fost purtat de impulsurile inimii mele. Atunci când nu mai eram fericită sau când calea pe care o urmam nu mai rezona cu sufletul meu, am avut curajul să schimb direcția, uneori chiar la 180 de grade. De aceea, am avut experiențe variate în domenii precum presa scrisă, sectorul bancar, consultanța

și antreprenoriatul, iar acum mă dedic voluntariatului. Singurul element comun între aceste domenii a fost pur și simplu vocea inimii mele, care mi-a ghidat pașii și mi-a spus ce e bine și ce nu. Cea mai mare provocare a fost și rămâne să ascult mereu vocea inimii mele și să nu o ignor. Pentru că atunci când încercam să o ignor, aproape că înceta să mai bată. Deci, menținerea ritmului bătăilor inimii mele rămâne provocarea supremă.

Cu ce vă diferențiați de competiție?

Competiția? Din punctul nostru de vedere este unul dintre cei mai importanți factori de reușită. Atunci când există, realizezi cât de necesare sunt acțiunile tale în cadrul

unei societăți și cât de importante sunt acestea atunci când începi să le implementezi.

Punctele noastre forte sunt calitatea serviciilor, comunicarea și promovarea și nu în ultimul rând faptul că ne bazăm pe o echipă motivată și calificată. Considerăm că reușim să oferim beneficiarilor noștri metode și instrumente moderne și adaptate și că reușim să găsim soluții noi și originale, să generăm idei și proiecte moderne și inovatoare pentru a îmbunătăți rezolvarea unor probleme sociale.

În identitatea noastră punem accent pe calitate și nu pe cantitate, avem strategii gândite pe termen mediu și lung, mai ales că vin vremuri interesante. Ne dorim să rămânem aproape de cursanții noștri,

oferindu-le cursuri bine structurate și dezvoltate, în diverse domenii.

Cum apreciați colaborarea dintre companii și ONG-uri?

Cum credeți că se poate îmbunătăți sistemul prin care ONG-urile atrag donații și sponsorizări?

Un subiect delicat și interesant în același timp deoarece o colaborare între o companie și un ONG ar trebui văzută ca un parteneriat strategic, care poate aduce beneficii valabile de ambele părți, care au un impact asupra calității vieții oamenilor și a unor dezvoltări durabile și pe termen lung. Pentru o relație de durată fiecare dintre părți ar trebui să își înțeleagă și să își respecte reciproc misiunea, valorile, obiectivele și așteptările. Un parteneriat de acest gen ar trebui să coexiste pe termen lung pentru crearea unor programe și inițiative care să genereze un impact pozitiv asupra calității vieții oamenilor.

Statul ar trebui să intervină pentru a facilita acest parteneriat și pentru a crea un cadru care să stimuleze dezvoltarea și creșterea calității muncii. Cursurile destinate creșterii competențelor angajaților ar trebui să fie susținute și promovate, având ca rezultat un volum de muncă mai bun și o calitate superioară a acestuia.

Este esențial să eliminăm sentimentul de izolare sau de lipsă de sprijin în accesarea fondurilor și resurselor necesare pentru îmbunătățirea performanței întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri). În acest sens, este important să se promoveze conștientizarea și educația în cadrul sectorului, astfel încât IMM-urile să poată beneficia de suport adecvat și să-și poată îmbunătăți nivelul de competențe și de pregătire. Reglementările minime privind protecția muncii ar trebui să fie implementate și respectate în mod riguros pentru a asigura un mediu de lucru sigur și sănătos pentru toți angajații. Prin aceste măsuri integrate, se poate crea un mediu propice pentru dezvoltarea sustenabilă a întreprinderilor și pentru îmbunătățirea calității vieții în ansamblu. Conlucrarea pozitivă între companii și ONG-uri poate genera efecte pozitive pe termen mediu și lung, atât asupra profitabilității companiilor cât și a îmbunătățirii vieții.



Ce sugestii / propuneți aveți pentru ca firmele cu capital românesc să fie mai incisive pe piața externă?

Valorile românești sunt multiple și această lucruri a fost dovedit ani la rând în diverse domenii. Faptul că ne-am pus amprenta în diverse domenii atât în țară, cât și în exterior, ne dă convingerea că în absolut tot ce întreprindem punem accent pe calitate, iar acest lucru reprezintă șansa de reușită atât intern, cât și internațional. Putem combina aceste 2 sectoare ca pentru mai apoi, experiența să fie transpusă în cel mai bun mod pentru eficientizarea și dezvoltarea societății românești.

Unde vă vedeți peste 5 ani?

Dacă cineva poate prezice cu exactitate unde se va afla în viitor, atunci îi arăt respectul meu sincer, deoarece acesta este un adevărat vizionar și viața nu mai are niciun secret pentru el. Personal, însă, nu mă regăsesc în această abordare. Cred că fiecare dintre noi are un rost în viață și că, dacă ne aflăm pe drumul corect, lucrurile vor veni de la sine.

Cu toate acestea, pot să împărtășesc ceea ce visez cu ochii deschiși. Visez să am alături oameni minunați, care împărtășesc valorile noastre ca organizație neguvernamentală și care sunt motivați să aducă o contribuție pozitivă în lumea noastră. Visez la proiecte îndrăznețe, la oameni împliniți și la indivizi care își cunosc valoarea și sunt dispuși să împărtășească din experiența și cunoștințele lor pentru a-i ajuta și pe alții să crească și să se dezvolte.

Ce hobby-uri aveți? Cum vă relaxați după o săptămână intensă de lucru?

Îmi place să reorganizez spații, obiecte și lucruri pentru a crea un mediu plăcut și armonios, dar sunt la fel de pasionată de lectură și de

căutarea informațiilor despre lumea în care trăim.

În prezent, unul dintre domeniile de vârf este cibernetica. Chiar dacă am absolvit matematica-informatica, informațiile și tehnologiile din piață sunt mult peste ceea ce am învățat în facultate.

După o săptămână obositoare de muncă, găsesc relaxarea alături de cei doi câini minunați pe care îi am: un lup numit Sara și un husky numit Maya. Prin prezența lor, ei îmi transmit iubirea lor necondiționată și îmi dau forța să merg înainte în viață. Îmi găsesc relaxarea și în lectura cărților cu povești și morală, care mă transportă în lumi trăite sau imaginate de alții. De asemenea, mă bucur de jongleria cu cuvintele, punându-le într-o ordine dictată de o forță încă necunoscută, iar eu doar le trec pe hârtie.

În bucătărie, mă relaxez preparând rețete simple, dar sofisticate, cum ar



Este foarte important să realizăm cât de importantă este educația și cât de important este implicarea noastră a tuturor pentru realiza schimbarea, fiind un obiectiv atât de comun, dar în același timp atât de străin.

fi Stroganoff sau prăjitura cu nume amuzant din caietul bunicii, arici – un desert simplu, dar delicios.

Gânduri la final?

Pe viitor ne dorim să extindem și să consolidăm activitățile CEPEC.org, menținându-ne angajamentul față de promovarea învățării pe tot parcursul vieții și a dezvoltării durabile. Echipa noastră va continua să pregătească programe și servicii de înaltă calitate, adaptate nevoilor prezente. Este foarte important să realizăm cât de importantă este educația și cât de important este implicarea noastră a tuturor pentru realiza schimbarea, fiind un obiectiv atât de comun, dar în același timp atât de străin. Dorim să transformăm ideile în acțiuni tangibile, care să creeze un impact semnificativ asupra societății și comunităților din care facem parte.



Avocații aduc predictibilitate pentru antreprenori

Interviu cu avocatul Bogdan Grosu,
Fondator și Managing Partner, Grosu și Asociații



Ați intrat în Baroul București în data de 1 iulie 1998. Ce reprezintă pentru dumneavoastră profesia pe care o practicați și care sunt valorile după care v-ați ghidat în exercitarea acesteia?

Profesia de avocat este, pentru mine, vocația mea. Altceva decât avocat nu cred că aș putea fi. Iar valoarea principală după care mă ghidez este echilibrul; toate regulile, toate drepturile și îndatoririle noastre sunt menite a ne conferi echilibrul.

La scurt timp după ce ați devenit avocat, ați ales să practicați profesia de avocat lucrând în echipă. Astfel, la 15.02.2001, împreună cu soția dumneavoastră, doamna Avocat Ioana Grosu, ați fondat Societatea Civilă de Avocați « Grosu și Asociații ». Ce v-a animat să faceți tocmai această alegere?

Eficiența! Cei care au apelat și apelează la serviciile noastre, caută raportul calitate / preț optim. Pentru a îndeplini această necesitate, noi, la „Grosu și Asociații” am crezut și credem că soluția este lucrul în echipă deoarece, atunci când se lucrează în echipă, organizat și responsabil, activitatea a 2 persoane produce rezultatele pe care le produce activitatea a 3 persoane lucrând individual.

În acest caz, intuiesc faptul că echipa Grosu și Asociații, în dorința eficientizării activității sale, s-a specializat pe anumite arii de activitate. Care sunt acelea?

Avocatura de afaceri. Noi am fost și vom rămâne avocați de afaceri cu o specializare pe 2 arii vecine și congruente: soluționarea

nevoilor antreprenorilor prin utilizarea versiunilor digitale ale instrumentelor legale.

Deci, care sunt avantajele celor care apelează la serviciile societății dumneavoastră de avocatură?

Eficacitatea. Raportul optim între valoarea resurselor consumate și valoarea rezultatelor obținute.

Iar în acest demers, ce credeți că este mai important, calitatea managementului sau calitatea leadershipului?

În cazul nostru, privilegiez calitatea leadershipului. Există, bineînțeles, tipuri de activități unde managementul are un impact pozitiv mai consistent decât cel al leadershipului însă, în avocatură, mi se pare că ceea ce face diferența între 2 echipe este calitatea leadershipului.

Și, pe dumneavoastră, ce stil de leadership vă caracterizează?

Acela bazat pe „Ce ție nu-ți place, altuia nu-i face!”

Interesant! Pe de altă parte, companiile din ziua de azi caută avocați capabili 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?

Mult! Dar, raportat la esența activității avocatului, destul de puțin!

Mult pentru că digitalizarea comprimă semnificativ impactul activităților administrative ale



avocaților și puțin deoarece presiunea adusă prin comprimarea timpilor alocăți activităților administrative pune, de fapt, în și mai mare valoare beneficiile aduse prin activitățile inovative și creative ale avocaților.

Astfel, reducându-se timpii necesari comunicării cu autoritățile publice, a crescut importanța și, deci, valoarea, capacității avocatului de a contribui cu soluții inovative la soluționarea nevoilor beneficiarilor activităților sale.

Atunci când se lucrează în echipă, organizat și responsabil, activitatea a 2 persoane produce rezultatele pe care le produce activitatea a 3 persoane lucrând individual.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră? Cum a evoluat numărul de dosare / tranzacții și gradul lor de complexitate?

Istoric, Construcții și IT însă, recent, sesizăm o reconfigurare a pieței dominată de prăbușirea Construcțiilor unde mă aștept ca 2024 să fie un festival al insolvențelor ce va conduce la consolidarea a 2 – 3 actori ai pieței

care au știut să își respecte colaboratorii și angajamentele asumate, iar, pe de altă parte, sesizăm o efervescență pe piața Serviciilor unde, din ce în ce mai mulți debutanți vin cu soluții inovative de servicii menite să optimizeze procesele de afaceri din industriile în care au activat până recent.

Din perspectiva naturii proiectelor în lucru, în mod clar se vede o scădere, firească, aș spune, a volumului de lucru cumulată cu o creștere semnificativă a complexității situațiilor de soluționat. Cu toate acestea, noi, la Grosu și Asociații am încheiat luna Februarie 2024 ca fiind luna cu cele mai multe contracte de asistență juridică nou încheiate, iar dacă majoritatea dintre acestea își vor urma evoluția estimată, probabil vom putea spune că trendul de redresare a evoluției durabile a economiei românești a început.

Ce ar trebui să facă Antreprenorii pentru a-și optimiza șansele de succes în actualul mediu economic?

Să își mențină tenacitatea. Să își amintească faptul că diferența între cărbune și diamante este dată de presiune și rezistența în timp. Adică, atât cărbunele, cât și diamantul sunt forme de carbon, iar ceea ce le diferențiază este faptul că diamantul este rezultatul rezistenței la presiunea exercitată asupra unor straturi ce erau, inițial, cărbune ce a rezistat la respectiva presiune câteva milioane de ani.

Și cum îi pot sprijini avocații pe Antreprenori în acest demers?

Cu educație! Și servicii de calitate la un preț corect. Altfel spus, avocații pot traduce, pentru antreprenori, regulile după care funcționează societatea și, deci, și economia. Astfel, avocații aduc predictibilitate pentru antreprenori. Și, în acest fel, antreprenorii se pot



Astfel, reducându-se timpii necesari comunicării cu autoritățile publice, a crescut importanța și, deci, valoarea, capacității avocatului de a contribui cu soluții inovative la soluționarea nevoilor beneficiarilor activităților sale.



organiza mai eficient, iar, la final, și antreprenorii și avocații au de câștigat.

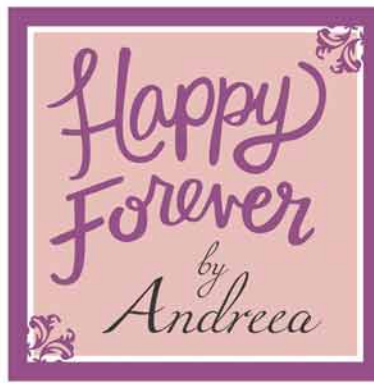
Și raportat la contextul specific mediului judiciar, ce părere aveți?

Din păcate, pentru moment, lipsa personalului cumulată cu provocarea integrării utilizării instrumentelor digitale face să fie necesară multă răbdare din partea antreprenorilor. Dar tocmai practicarea adecvată a rezilienței face diferența între mulți competitori. Urmează să vedem cine

va putea să aibă abilitatea de a se flexibiliza suficient încât să transforme provocările acestor vremuri în oportunități de creștere și cine va alege să-și dezvolte adaptabilitatea data viitoare, eventual, într-o viață viitoare. Ne vedem peste un an să facem bilanțul?



Grosu & Asociații
societate de avocați



Paper Flowers



Conformitate și lobby în sectorul financiar nebancar din România

Conversație cu Dr. Adriana Ahciarliu Kyriakidis,
Fondator, DIPLOMAT CONSULT

Ați fondat Diplomat Consult în anul 2004. În curând veți aniversa 20 de ani. Ați reușit să construiți un know how de calitate pentru consultanța Instituțiilor Financiare Nebancare, oferind în special consultanță de lobby, compliance și strategii de business. Care sunt valorile și principiile pe care s-a clădit Diplomat Consult?

Am pornit în 2004 cu un proiect în care am investit speranță, dedicare, am construit încredere reciprocă în relația cu clientul și stabilitate. Start-upul firmei noastre a reprezentat de facto start-upul unei industrii, cea a instituțiilor financiare nebancare, căreia i-am dedicat formarea unei echipe și un proiect pe termen lung. Prin echipă am înțeles nu doar angajații firmei ci și acei experți ai clientului care oferă din timpul lor dedicarea pentru o comunicare coerentă, transparentă, de încredere și cu dorința de a construi un know-how care să servească cel puțin pe termen mediu așteptărilor pieței de resort. Ne-am dedicat mai întâi unei bune înțelegeri a nevoilor pieței instituțiilor financiare nebancare, piață care în anul 2004 nu era recunoscută ca atare, nu era reglementată iar termenul IFN nu era încadrat legislativ. Am pornit apoi spre o zonă nedorită de multe industrii – și anume – spre cea a necesarului de reglementare. Împreună cu industria, pe care am sprijinit-o să se organizeze asociativ, am generat și promovat propuneri legislative care să răspundă unor așteptări de viitor, nu doar pentru jucătorii din piață, ci și pentru clienții acestei piețe. A fost deja perioada în care România era déjà în procedura de preaderare la Uniunea Europeană iar acest lucru ne-a ajutat foarte mult. Întregul proiect de business și de reglementare al pieței a fost considerat, dezvoltat și

promovat în contextul viitoarelor obligații de reglementare și armonizare cu cadrul legislativ european. Era momentul în care marii jucători europeni tatonau piața românească pentru businessul în leasing și creditarea persoanelor fizice. Proiectul construit de noi a deschis ușa încrederii marilor investitori în domeniu care astăzi sunt prezenți în piața românească a leasingului și a creditării nonbacare.

Cum vedeți în prezent sectorul IFN-urilor din România? Considerați că este nevoie de îmbunătățirea legislației în acest domeniu?

Aș dori să punctez unele aspecte importante: în acest domeniu jucătorii se conformează unei legi a leasingului – Legea 287/2006, care a fost amendată prin Legea 83/2021. Amendamentele privesc doar aspecte ce țin de protecția consumatorului. Ca să răspund direct întrebării – cu respect pentru activitatea de leasing – aș spune că o lege care guvernează timp de 15 ani, fără nicio rectificare, răspunde necesităților industriei și clienților ei în primul rând cu ceea ce toți dorim – stabilitate legislativă. În ceea ce privește cadrul legislativ al instituțiilor financiare nebancare acesta este mult mai dinamic prin pachetul de reglementări secundare emise de Banca Națională a României în aplicarea Legii 93/2009 a instituțiilor financiare nebancare. Se observă aceeași stabilitate a cadrului legislativ prin Legea 93/2009 care nu a suferit modificări majore până în prezent. Acestea sunt două proiecte legislative pentru care am dedicat, prin echipa și efortul de consultanță și lobby, mult timp și know-how. Stabilitatea și longevitatea lor în aplicare ne transmite încrederea că am făcut un lucru bun. Cu toate acestea domeniul IFN este mult

mai complex, mult mai amplu iar cadrul legislativ de aplicare mult mai vast. Vorbim aici despre fiscalitatea domeniului, care este un aspect ce nu poate fi caracterizat prin stabilitate legislativă. Vorbim și despre standardele contabile care au fost în plină schimbare și care, cu siguranță au impactat rezultatele financiare ale instituțiilor financiare nebancare. Și nu în ultimul rând, vorbim despre cadrul de reglementare a protecției consumatorului și de prudențialitate, cadru care vine cu implicații majore la capitolul costuri și nu întotdeauna cu rezultatele scontate de fondul legii. Pe scurt, ca lobbyist și consultant, vă răspund că îmbunătățirea legislației este un aspect ce poate ține de cerințele pieței, dar și de dinamica cadrului de reglementare la nivel european. O legislație bună este cea care poate răspunde acestor factori fără necesitatea unor rectificări, amendamente periodice, rectificări care generează întotdeauna costuri suplimentare pentru implementare. Deci, este nevoie de o legislație bună, care prin fondul și forma sa răspunde vizionar cerințelor domeniului pe care îl reglementează pentru o perioadă de cel puțin 10 ani. În ceea ce privește sectorul IFN-urilor în România este important de observat că, în comparație cu anul de debut al acestei piețe – 2006, când era dominată de capitalul multinațional proaspăt pătruns în România, în prezent 72% din capitalul investit este românesc. Numărul total al IFN-urilor înscrise în Registrul IFN la BNR se păstrează relativ constant în evoluție anuală, undeva la cifra de 180. Însă, Registrul IFN-urilor radiate indică astăzi 218 radieri. Această cifră ne spune că e relativ ușor să accesezi acest domeniu de activitate dar este foarte greu să menții stabilitate, continuitate și conformitate. Așa cum am arătat la întrebarea precedentă, dinamica



cu cele din țara în care provine, nu are răbdarea românească pentru a accepta instabilitatea și impredictibilitatea cadrului legislativ, lentoarea cu care decurge procesul de armonizare legislativă în unele cazuri. Pentru investitorul străin aceste atribute se transferă în costul investiției și reprezintă un risc care trebuie gestionat. Spre deosebire de acesta apreciez că investitorul român are mai puține semne de întrebare cu referire la gradul de armonizare a legislației locale cu cea comunitară și relaționează, în majoritate, într-un relativ regim de acceptare necondiționată și fără suficientă implicare directă, profundă, în dialogul social și la nivel asociativ.

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

Este o tendință pe care nu putem să o excludem din dezvoltarea noastră ca afacere și pe care am văzut-o ca pe o oportunitate în strategia noastră de dezvoltare. Știm care sunt beneficiile și le asimilăm din mers și în raport cu necesitățile clienților noștri, în particular, și ale pieței, în general. Este momentul să menționez, acum la 20 de ani de la înființare, faptul că tocmai aceste nevoi ne-au orientat dezvoltarea unei noi linii de business prin lansarea firmei de consultanță IT & software – HatchLogic SRL, care dezvoltă soluții customizate clienților noștri. Aceste soluții răspund rapid și foarte accesibil la cerințele de conformitate în materie de gestionare a riscului de spălare a banilor și de finanțare a terorismului. Evident, dezvoltarea trebuie să continue spre alte soluții pe care piața le cere. Dorim și facem efortul să fim preventivi atunci când evaluăm necesitățile viitoare ale pieței, să fim cu oferta cu un pas înaintea cererii.

Cum apreciați nivelul de conștientizare/gradul de cunoaștere a managerilor români în privința regulilor și standardelor de compliance (conformarea cu normele legale)?

Cu referire strictă la conformitatea IFN-urilor există un singur răspuns: nu poți funcționa ca manager în aceste instituții fără să cunoști regulile de conformitate.

reglementărilor prudențiale emise de supraveghetor, BNR, a venit cu reguli noi, mai dure, de adecvare a capitalului, cu cerințe suplimentare de prudențialitate iar aceste cerințe au dovedit că nu toți jucătorii pot răspunde noilor cerințe de capital.

Cum au evoluat cerințele clienților și complexitatea proiectelor pe care le-ați coordonat, în ultimii ani?

Activitatea noastră este consultanță și lobby cu o interdependență puternică între cele două sectoare de activitate. Cerințele clienților au urmat dinamica modificărilor legislative în materie de conformitate cu regulile de prudențialitate pentru IFN-uri. Pe măsură ce regulile s-au complicat proiectele noastre au devenit mult mai complexe. Prudențialitatea în domeniul financiar bancar este un domeniu foarte complex, provocator. Consultanța în acest domeniu ne introduce în procesul decizional al clienților, în construcția strategiilor de business și în complexitatea proceselor operaționale. Prin metodologiile de

administrare a riscurilor pe care le pregătim pentru clienți, dar și prin reglementările interne pe care le propunem, încercăm să găsim soluțiile cele mai eficiente și care răspund 100% cerințelor de conformitate legislativă. Avem aici două criterii esențiale pe care trebuie să le respectăm – eficiența și conformitatea.

Prin specificul activității, interacționați cu investitori de diverse naționalități. Există o diferență între investitorii români și străini? Care sunt nevoile lor?

Din experiența noastră am observat diferențe. Acestea sunt predictibile, căci ele vin din așteptările diferite generate de experiențe anterioare și comparative cu alte țări, alte piețe și care, de multe ori, reprezintă bagajul culturii de business cu care sosește în România investitorul străin. Afinitatea culturală în dezvoltarea unui business este un criteriu la fel de important ca și capacitatea financiară. Investitorul străin, mai ales cel european, are așteptări similare în ceea ce privește cadrul legislativ

Sancțiunile oricărui nivel de necunoaștere sunt semnificative. Conștientizarea acestor reguli se regăsește în aplicarea cu deplină responsabilizare și responsabilitate a managerilor - atât prin cadrul legislativ cât și prin reglementările interne ale fiecărei companii.

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?

Cred că antreprenoriatul românesc este încă în stadiul de maturizare. Diferențele sunt mari între diversele domenii de activitate. Este însă evident că prezența antreprenorială este mult mai activă în primul rând la nivel asociativ. Organizarea și reprezentarea la nivel asociativ este un factor obligatoriu pentru dezvoltarea antreprenorială, pentru apărarea intereselor domeniului de activitate pe care îl reprezintă, pentru educarea antreprenorială. Numai prin educare antreprenorul român va înțelege că prin creșterea nivelului de capitalizare a businessului se deschide accesul spre dezvoltare, spre surse de finanțare care să susțină continuu creșterea companiei.

Avem nevoie de recunoașterea lobbyului? E necesar ca această activitate să fie reglementată în România?

În România cred că am trecut deja de momentul în care ne punem această întrebare. În România se practică lobby-ul în baza Legii transparenței decizionale în administrația publică și a Legii dialogului social, toate acestea fiind prerogative legislative ce vin ca urmare a aderării la Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene. Deci suntem la stadiul în care nicio lege nu interzice lobbyul, el se practică dar nu este reglementat. De ce ar fi nevoie de o reglementare? Practica a dovedit că în primul rând pentru protecția industriei de lobby și a actorilor implicați. Lobbyul este un domeniu de activitate care depinde foarte mult de transparență. Lipsa transparenței în procesul de lobby permite ca această activitate să gliseze foarte ușor spre ceea ce mulți confundă cu traficul de

influență. Lobbyul nu este trafic de influență. Dacă este reglementat, lobbyul însuși devine un instrument împotriva corupției, instrument care poate foarte ușor diagnostica și arăta cu degetul traficul de influență, corupția. Autoritățile ar trebui să își dorească reglementarea lobbyului pentru că astfel ar exista o transparență, o raportare și o evidență clară a relaționării grupurilor de interese pe parcursul procesului decizional cu autoritățile centrale și locale.

Guvernul a reglementat licența industrială unică, astfel încât antreprenorii să aibă o comunicare facilă cu autoritățile implicate, inclusiv prin depunerea cererii într-un singur punct de contact electronic. Ce impact credeți că va avea acest act normativ asupra mediului de afaceri?

În 2019 scorul privind ușurința de acces la business (ease of doing business) comunicat de Banca Mondială s-a deteriorat cu 3 puncte raportat la 2018. În anii următori s-a menținut la nivele nedorite. Probabil că nu erau necesare astfel de scoruri și nici presiuni venite în baza PNRR sau din partea OECD ca legislativul și administrativul din România să decidă că o astfel de reglementare era necesară. Reglementarea propune soluții de simplificare a procedurilor administrative de obținere a licențelor, o aliniere la practica europeană și la realitatea evoluției digitalizării în administrație și business. Rezultatul așteptat este în primul rând în zona productivității la nivelul economiei naționale și al creșterii rezilienței economice, instituționale, sociale pe termen lung. De asemenea se așteaptă ca acest instrument să faciliteze accesul și să atragă investitori în România.

Cum vedeți eforturile Executivului, ale BNR, ale Consiliului Concurenței și ale celorlalte instituții implicate în procesul de aderare la OECD?

România și-a depus candidatura pentru prima oară la OECD în 2004 și a reînnoit-o de câteva ori. Chiar dacă nu este încă membru, România participă deja de câțiva ani cu statutul de asociat la 12 dintre

structurile de lucru ale OECD, printre care Comitetul pentru Concurență OECD. Pentru mediul de afaceri aderarea țării noastre la OECD este una echivalentă cu aderarea la Uniunea Europeană și la NATO. Deschiderea negocierilor de aderare în baza unei foi de parcurs foarte bine definită indică faptul că pe de o parte România a avansat suficient pentru aderare din punct de vedere economic, dar și că mai are mulți pași de parcurs pentru aderare. Raportul OECD publicat la momentul anunțului privind începerea negocierilor arată că economia românească mai are vulnerabilități care produc efecte în prezent și pentru viitorul apropiat și pe termen mediu. Aspectul bun al acestui raport este că OECD a emis și un set de recomandări pentru autoritățile române pentru anihilarea sau cel puțin diminuarea efectelor acestor vulnerabilități prin concentrarea pe implementarea eficientă a PNRR, reluarea creșterii productivității, crearea de noi locuri de muncă, dezvoltarea competențelor și a unui mediu concurențial prin consolidarea statului de drept. Aderarea de facto la OECD nu este, așadar, doar o responsabilitate administrativă, guvernamentală ci și una a mediului antreprenorial, de afaceri care trebuie să fie un partener de dialog prezent și activ la parcursul negocierilor pentru admiterea țării noastre la OECD. Știm că nu există un termen limită pentru finalizarea procesului de aderare. De asemenea știm că odată cu primirea statutului de membru al OECD țara noastră va avea dreptul de a participa la discuțiile prin care se stabilesc politicile economice aplicabile între statele membre. Acest aspect este foarte important pentru mediul antreprenorial care trebuie să mențină un dialog continuu, în baza principiilor dialogului social și a transparenței decizionale în administrație publică, cu executivul și legislativul și să comunice și reprezinte interesele și prioritățile mediului de afaceri în mod direct, transparent și obiectiv.



**DIPLOMAT
CONSULT**
Part of Invigors EMEA

office@diplomatconsult.com

Soluții Inovatoare pentru Gestionarea Riscului AML-CFT și Conformității cu Legislația din România

Interviu cu Titus Ahciarliu, CEO & Fondator, Hatch Logic



Compania dumneavoastră a creat o soluție software pentru identificarea, evaluarea și gestionarea riscului de spălare a banilor și finanțare a terorismului. Vă rugăm să ne descrieți care sunt beneficiile acestui produs IT.

Sistemul nostru de scoring AML-CFT reprezintă o soluție complexă și integrală pentru instituțiile financiare din România, adresându-se necesităților lor specifice în ceea ce privește reducerea expunerii la riscul de spălare a banilor și de finanțare a terorismului. Sistemul AML-CFT oferit de Hatch Logic este o soluție dedicată

companiilor financiare de creditare care cad sub incidența directivei Europene "Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism". Sistemul ajută instituțiile să identifice, evalueze, monitorizeze și gestioneze riscul de expunere la practicile de spălare a banilor și de finanțare a terorismului. Modul de calcul al riscului este definit împreună cu fiecare instituție în parte și este adaptat la diverși factori precum tipurile de produse pe care le comercializează, clientela, toleranța la risc etc. Iată câteva dintre beneficiile pe care le oferim clienților noștri prin intermediul acestei soluții:

- **Identificarea** eficientă a riscului: Sistemul nostru utilizează un chestionar customizat pentru fiecare potențial client, adaptat la produsele, tranzacțiile și tipurile de clienți pe care le deservește fiecare instituție financiară în parte. Aceasta permite o evaluare precisă și detaliată a riscului asociat fiecărui client și fiecărei tranzacții, luând în considerare factori precum sursa și destinația fondurilor, apariția pe listele de sancțiuni internaționale, PEP/PAPEP etc.
- **Scăderea expunerii la riscuri:** Prin cuantificarea riscului și furnizarea unui scor de risc, sistemul nostru ajută

instituția financiară să identifice și să gestioneze în mod obiectiv și eficient clienții și tranzacțiile cu un risc ridicat. Acest lucru contribuie la reducerea expunerii lor la riscul de spălare a banilor și finanțare a terorismului.

• **Decizii informate și automatizate:**

Oferim actualilor și potențialilor clienți, instituții de credit și IFN-uri, două modalități de utilizare a sistemului: prin interfața web sau – varianta cea mai eficientă – prin integrare cu sistemele interne de gestionare a clienților. Varianta cea din urmă le oferă posibilitatea de a efectua scorări în mod automat în câteva secunde, reducând astfel timpul dedicat evaluării de risc cu peste 90%.

• **Conformitate cu normele BNR:** Sistemul nostru este conceput în conformitate cu legislația și cu normele Băncii Naționale a României privind AML-CFT. Acest lucru ajută instituțiile supravegheate să își îndeplinească obligațiile legale și să evite sancțiunile asociate cu nerespectarea acestor reglementări. Avem un know-how dedicat în acest scop prin firma mamă de consultanță la nivel de grup – Diplomat Consult.

• **Interogare automată a listelor de sancțiuni internaționale:** Una dintre variabilele cele mai importante luate în calculul scorului de risc este identificarea automată a persoanei în cauză în listele de sancțiuni internaționale. Prin intermediul sistemului nostru, instituțiile financiare pot afla cu câteva click-uri dacă un potențial client figurează sau nu în aceste liste. De asemenea, sistemul nostru poate informa dacă acea persoană este expusă politic sau asociată unei persoane expuse politic (PEP/PAPEP).

• **Plug & Play:** Interfața noastră intuitivă face ca utilizarea sistemului să fie simplă și eficientă pentru angajații instituției financiare, fără a fi necesară o pregătire extensivă în domeniul AML-CFT.

Acestea sunt doar câteva dintre beneficiile sistemului nostru de scoring AML-CFT. Prin utilizarea acestui produs IT, clienții noștri din România pot îmbunătăți semnificativ procesele lor de identificare, evaluare și gestionare a riscului, consolidând în același timp conformitatea cu reglementările în vigoare.

Cât timp ați lucrat la această soluție? De unde v-ați inspirat?

Am început să lucrăm la această soluție în anul 2022. Firma mamă de consultanță – Diplomat Consult – care are experiență de consultanță de conformitate privind reglementarea prevenirii spălării banilor și combaterii actelor de terorism, ne-a comunicat lipsa unor instrumente facile care să sprijine aplicarea acestor reglementări. Noutățile legislative în domeniu, publicate în ultimii ani de Autoritatea Bancară Europeană (EBA) cu aplicare directă în România, au devenit o motivație directă pentru construcția acestei soluții. De atunci am trecut prin mai multe faze care ne-au adus acum la stadiul în care avem un produs matur, gata să deservească piața financiară din România.

În ceea ce privește inspirația pentru această soluție, aceasta a provenit dintr-o combinație de factori:

Cerințele pieței: Am identificat o nevoie semnificativă pe piața instituțiilor financiare din România pentru soluții eficiente și personalizate de conformitate cu legislația AML-CFT. Cerințele și provocările specifice ale acestor instituții au constituit un factor principal de inspirație pentru dezvoltarea soluției noastre.

Experiența anterioară: Fiind divizia de IT a unei companii ce deservește piața instituțiilor financiare din România, avem în spate 20 de ani de experiență în domeniul consultanței de conformitate și metodologiei de lucru din această nișă. Experiența anterioară ne-a inspirat să dezvoltăm o soluție inovatoare și eficientă pentru nevoile specifice ale instituțiilor financiare din România.

Feedback-ul clienților: Am luat în considerare feedback-ul și cerințele clienților noștri potențiali și existenți în procesul de dezvoltare a soluției. Acest lucru ne-a ajutat să înțelegem mai bine nevoile și prioritățile pieței și să adaptăm soluția noastră în consecință. Munca în echipă cu divizia de consultanță de conformitate a adus o plus valoare construcției acestui proiect, nu doar pentru succesul lui, dar și pentru businessul zilnic al clienților.

Legislația și reglementările locale: Îndrumați de divizia de consultanță am studiat cu atenție legislația și reglementările

în vigoare din România dar, și cele interne ale clienților în ceea ce privește prevenirea spălării banilor și combaterea finanțării terorismului. Am proiectat soluția pentru a fi în conformitate cu aceste cerințe, dar și cu scopul de a eficientiza procesele interne ale instituțiilor financiare. Acest aspect a reprezentat o sursă importantă de inspirație pentru dezvoltarea caracteristicilor și funcționalităților specifice ale soluției noastre.

Care sunt costurile unei companii care dorește să achiziționeze softul dumnavastră? Ce pachete de licență aveți?

Costurile asociate utilizării softului nostru depind de mai mulți factori precum dimensiunea și nevoile specifice ale companiei, funcționalitățile incluse în pachetul dorit, modul de lucru pentru care optează (în interfața web sau prin integrare API) și desigur de volumul de scorări pe care dorește să le facă într-o lună.

Oferim clienților noștri serviciul de scorare în sistem SaaS (Software-as-a-Service) iar aceștia pot opta pentru un abonament lunar adaptat la volumul de interogări pe care le fac în medie în fiecare lună. Pachetele variază de la minimum 500 de scorări lunare la 100.000+, tariful per scorare fiind redus odată cu creșterea volumului.

Sectorul imobiliar a fost considerat cel mai expus din țara noastră la riscul de spălare de bani, dar există risc de spălare de bani și în sectorul agricol, a afirmat recent Adrian Cucu, președintele Oficiului Național de Prevenire și Combatere a Spălării Banilor (ONPCSB). Cum comentați?

Declarația domnului Adrian Cucu, evidențiază necesitatea unei abordări cuprinzătoare pentru gestionarea riscului de spălare a banilor în toate industriile. În cazul ambelor sectoare vizate, atât statul prin politicile de subvenționare, cât și agenții economice prin utilizarea excesivă a numerarului, utilizarea forței de muncă la negru și practicarea diverselor forme de creditare care ocolesc sistemul bancar, au dus la această situație. Afirmăm



Din perspectiva mea, nivelul de interes și de cunoaștere a companiilor care activează în România cu privire la prevenirea și sancționarea spălării banilor variază enorm în funcție de mai mulți factori, inclusiv dimensiunea, natura și sectorul de activitate al fiecărei companii.

Companiile mari și internaționale, în special cele care operează în sectoare cu un risc ridicat de spălare de bani, cum ar fi sectorul financiar sau sectorul imobiliar, au adesea departamente specializate în conformitatea și gestionarea riscului, care sunt bine informate și orientate spre respectarea legislației în vigoare. Aceste companii investesc resurse semnificative în programe de conformitate și formare a personalului pentru a se asigura că sunt în conformitate cu reglementările relevante.

Pe de altă parte, în cazul companiilor mici și mijlocii, nivelul de cunoaștere și interes variază. Unele pot fi mai puțin conștiente de cerințele specifice ale legislației privind prevenirea spălării banilor sau pot considera că aceste cerințe nu se aplică în mod direct afacerii lor. Cu toate acestea, în ultimii ani, există o tendință de creștere a conștientizării și interesului din partea acestor companii pe măsură ce autoritățile de reglementare impun cerințe mai stricte și mai clare în acest domeniu. Cam aici se încadrează și clientela din domeniul IFN, care acum este în căutare de soluții automatizate și performante de reducere a expunerii la astfel de riscuri.

În general, este de dorit ca toate companiile să fie conștiente de importanța conformității legislative în ceea ce privește prevenirea și sancționarea spălării banilor, indiferent de dimensiunea sau sectorul lor de activitate. O abordare proactivă și angajată în ceea ce privește conformitatea poate ajuta companiile să evite riscurile asociate cu nerespectarea legislației și să își protejeze reputația și integritatea în cadrul pieței.



Titus Ahciarliu
titus@hatch-logic.ro

președintelui ONPCSB arată cât de important este să avem mecanisme bine gândite și implementate pentru a putea urmări, preveni și elimina pe cât posibil expunerea la practicile de spălare a banilor. Cu siguranță soluții există, dar pentru a le implementa este nevoie de oameni competenți, voință și desigur cadru legislativ. În cazul sectorului financiar, prin "mâinile" căruia trec în principal banii tuturor celorlalte industrii, este cu atât mai importantă implementarea unor strategii eficiente de combatere a acestui fenomen. Din fericire, cel puțin în domeniul financiar, s-au implementat numeroase soluții care încearcă să împiedice astfel de practici, una dintre ele fiind chiar obligativitatea de a implementa un sistem de cuantificare/măsurare/scoreare a nivelului de expunere la riscul de AML-CFT.

Puteți ajuta firmele și la raportările solicitate de ONPCSB?

Raportările către ONPCSB cât și către BNR reprezintă o altă provocare în dezvoltarea produselor noastre. Una din obligațiile raportorilor către ONPCSB este aceea de a transmite notificări și rapoarte. Desigur, o astfel de comunicare devine mai facilă în cazul unei soluții automatizate iar identificarea unei astfel de cerințe poate fi un proiect de viitor apropiat pentru echipa noastră.

Cum apreciați nivelul de interes și de cunoaștere a companiilor care activează în România în privința conformării legislației în vigoare cu privire la prevenirea și sancționarea spălării banilor?

BBTR își propune să își extindă prezența la nivel global, consolidându-și poziția de lider în inovație

Interviu cu **Mihai Țecu**, Fondator și Director General, Best Business Travel (BBTR)

Cum au evoluat cerințele clienților și complexitatea cererilor turiștilor pe care le-ați coordonat, în ultimii ani?

În ultimii ani am asistat la o transformare semnificativă a comportamentului consumatorilor în turism, cu o cerere crescută pentru personalizare și experiențe unice. BBTR a răspuns acestei cereri prin implementarea de soluții digitale care permit adaptarea serviciilor la nevoile individuale, crescând satisfacția clienților și eficiența proceselor. Folosind capabilitățile avansate de inteligență artificială, reușim să oferim recomandări personalizate, bazate pe analiza preferințelor individuale și a comportamentului de călătorie. Această abordare permite clienților să descopere destinații și experiențe care să le corespundă în mod autentic intereselor.

Statistic, mai mult de 30% din turiștii români sunt tineri. Dacă generațiile anterioare investeau sume relativ mici în călătorii, „Generațiile Y și Z” beneficiază de salarii generoase și alocă mai mulți bani excursiilor. Ce strategie aveți pentru atragerea tinerilor?

Conștienți de ponderea semnificativă a tinerilor în demografia turistică, peste 30% din totalul turiștilor români, strategia noastră abordează cu precădere adaptabilitatea la dinamica pieței globale de turism. Ne focalizăm pe dezvoltarea unor soluții de călătorie care să corespundă cerințelor emergente ale acestui segment, punând accent pe inovație, flexibilitate și experiențe autentice. Prin analiza tendințelor de consum și anticiparea schimbărilor comportamentale, ne propunem să oferim servicii care să răspundă eficient și strategic așteptărilor



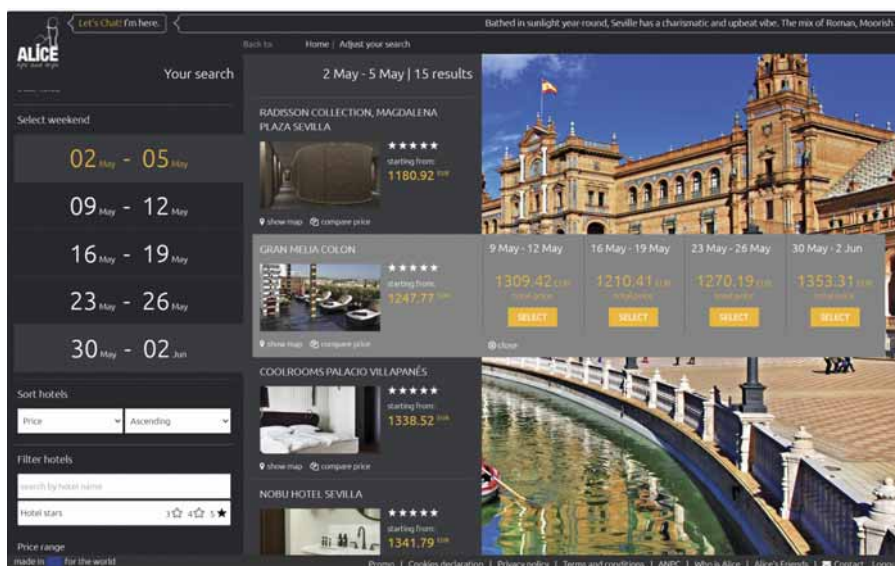
generațiilor tinere de călători. De exemplu, Alice, Asistentul Virtual de Turism cu Inteligență Artificială – personajul principal al platformei noastre inovative de călătorii www.alicetipsandtrips.com, răspunde acestor tendințe și chiar mai mult, își modelează interacțiunea (răspunsurile în special) în funcție de aceste tendințe pentru a facilita accesul și rezervarea acestor experiențe.

Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite un manager din industria turismului clienților săi?

Încrederea și credibilitatea sunt fundamentale în turism, la fel ca și în cazul oricărei industrii. Un sondaj realizat de Edelman Trust Barometer în 2022 indică faptul că 81% dintre consumatori aleg să cumpere de la companii în care au încredere. BBTR își construiește încrederea prin transparență, calitatea constantă a serviciilor și prin angajamentul față de satisfacția clienților, consolidând astfel relațiile pe termen lung.

Care au fost principalele lecții învățate în ultimii patru ani, o perioadă marcată de pandemie, de conflictul din Ucraina, creșterea prețurilor la utilități și de inflație?

Principalele lecții includ importanța adaptabilității și a rezilienței. Pandemia a evidențiat nevoia de soluții digitale flexibile, și, conform unui raport al McKinsey din 2021, companiile care au adoptat rapid soluții digitale au înregistrat o creștere cu 20% a satisfacției clienților și o reducere semnificativă a costurilor operaționale. BBTR a învățat să se adapteze rapid la schimbări, implementând soluții care permit continuarea activității chiar și în condiții dificile, menținând angajamentul față de clienți și parteneri. Ultimul proiect de care suntem extrem de mândri este www.alicetipsandtrips.com. Obiectivul general al proiectului este dezvoltarea unei platforme de vânzare servicii de turism prin implementarea tehnologiei de Inteligență Artificială, cu beneficii majore în facilitarea planificării unei călătorii, ducând astfel la



creșterea competitivității economice a companiilor implicate în procesul de planificare din diverse sectoare de activitate din România și la nivel internațional, afiliate domeniului turistic sau HoReCa în general.

La fel ca toate celelalte sectoare ale economiei, industria turismului se confruntă cu o concurență din ce în ce mai acerbă la nivel mondial, iar România trebuie să prezinte o ofertă turistică durabilă și de calitate, mizând pe avantajele ei competitive. Care sunt, în opinia dumneavoastră, principalii piloni pe care se poate dezvolta industria locală de turism?

Industria turismului local se poate dezvolta pe piloni precum diversificarea ofertei turistice, sustenabilitatea, digitalizarea și promovarea patrimoniului cultural unic. Conform World Economic Forum's Travel & Tourism Development Index 2021, investițiile în infrastructura turistică și tehnologie sunt esențiale pentru creșterea competitivității. BBTR susține această viziune prin dezvoltarea de soluții digitale care facilitează accesul la o gamă variată de experiențe turistice, promovând în același timp practici sustenabile și valorificarea patrimoniului cultural românesc, prin intermediul tururilor virtuale pe care le publicăm în proiectul nostru Alice Tips and Trips, prin care turiștii din întreaga lume se pot bucura de o experiență 3D, chiar înainte de a-și rezerva sau a porni în călătorie.

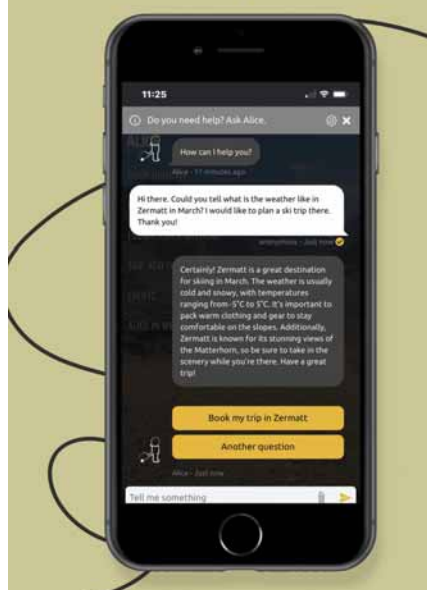
Resursa umană este o problemă majoră și în această industrie. Ce șanse credeți că sunt pentru ca o parte din cei care au lucrat în HoReCa (ca și ghizi, recepționeri, cameriste, bucătări, chelneri, șoferi, etc.) până să emigreze să se întoarcă în țară?

Reîntoarcerea specialiștilor din HoReCa depinde de îmbunătățirea condițiilor de muncă și a ofertelor salariale. Studiile din ultimii ani arată că investițiile în formare și dezvoltare pot crește retenția angajaților cu până la 70%. BBTR susține inițiativele de formare profesională și crearea unui mediu de lucru atractiv pentru a încuraja reîntoarcerea și retenția talentelor în industrie.

Oradea, Clujul, Iașiul, Timișoara și Sibiu s-au dezvoltat foarte mult în ultimii ani, reușind să atragă mai mulți turiști. La acest factor a contribuit și organizarea unor evenimente culturale. Credeți că aceste exemple se pot multiplica în majoritatea orașelor mari din România?

Exemplele orașelor care au crescut în popularitate turistică prin evenimente culturale și investiții în infrastructură pot fi replicate, având un potențial semnificativ de a atrage turiști. Un raport al UNESCO din 2021 arată că evenimentele culturale pot crește numărul de vizitatori cu până la 30%. BBTR susține dezvoltarea turismului urban printr-un "scouting" permanent de evenimente, locuri și obiceiuri care se pot

With Alice you are more than travel-ready!



agrega pe harta de călătorii a fiecărui doritor de experiențe autentice.

Potrivit specialiștilor din domeniu, sectorul de incoming (atragera turiștilor străini) are un potențial imens și reprezintă motorul relansării turismului din România. De altfel, actuala echipă guvernamentală a recunoscut incomingul ca export de servicii turistice. Cât de greu este pentru o agenție de turism să aducă turiști în România, comparativ cu procesul de vânzare a ofertelor internaționale pentru turiștii români?

Atragera turiștilor străini implică provocări specifice, inclusiv necesitatea unei promovări eficiente și a adaptării ofertelor la diverse piețe internaționale. Conform unui studiu al UNWTO din 2022, turismul internațional s-a redresat cu 60% față de nivelurile pre-pandemice, indicând o oportunitate pentru România de a-și intensifica eforturile de marketing și de a îmbunătăți experiența turistică pentru a atrage vizitatori internaționali. Produsul nostru se adresează turiștilor din întreaga lume și prin intermediul secțiunii Alice in Wonderland, ne-am propus să promovăm cât mai mult locații din România, urmând să încheiem parteneriate strategice cu hoteluri, muzee, restaurante în vederea promovării acestora.

Care sunt ultimele tendințe din turismul românesc și cel european, în martie 2024?

Tendințele recente includ creșterea interesului pentru turismul rural și ecoturism, precum și pentru experiențele culturale autentice. Eurostat a raportat în 2022 că 27% dintre europeni preferă vacanțele în zone rurale, reflectând o schimbare către turismul sustenabil. BBTR, atât în colaborările directe, cât și prin intermediul www.alicetipsandtrips.com, se aliniază la aceste tendințe, dezvoltând oferte și secțiuni specific care promovează destinațiile mai puțin cunoscute și practicile ecologice.

Cum percepeți condițiile oferite investitorilor locali și străini de către administrațiile locale și de către Executiv?

Condițiile pentru investitori s-au îmbunătățit, dar există încă spațiu pentru progres. România se numără printre țările cu cea mai rapidă creștere economică din Uniunea Europeană, contribuind astfel la alinierea nivelului de trai la media UE. În ultimii douăzeci de ani, țara a înregistrat o rată medie anuală de creștere economică de 3,8%, ceea ce a dus la o dublare a nivelului de trai al românilor - de la 12.179 USD în 2000 la 30.777 USD în 2021. Mai mult, venitul pe cap de locuitor al României, ajustat la paritatea puterii de cumpărare (PPC), a crescut impresionant de la 26,4% din media UE în 2000 la 74,2% în 2021, marcând o evoluție semnificativă și influențează pozitiv ușurința de a face afaceri în țară. O economie în creștere adesea generează un mediu de afaceri mai dinamic și mai atractiv pentru investitori, datorită creșterii puterii de cumpărare, a îmbunătățirii infrastructurii și a stabilității economice. Acești factori pot contribui la crearea unui cadru mai favorabil pentru înființarea și dezvoltarea afacerilor, atrăgând astfel investiții interne și internaționale și stimulând inovația și competitivitatea pe piața locală.

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

În următorii 5 ani, BBTR își propune să își extindă prezența la nivel global, consolidându-și poziția de lider în inovație.

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

Guvernul ar trebui să prioritizeze digitalizarea serviciilor administrative, să simplifice procedurile pentru înființarea și operarea afacerilor și să ofere stimulente pentru inovație și dezvoltare sustenabilă. Aceste măsuri vor contribui la crearea unui mediu de afaceri mai dinamic și la atragerea de investiții, esențiale pentru creșterea economică.

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

Echilibrul între viața personală și cea profesională este esențial pentru bunăstarea fiecăruia dintre noi. La BBTR, promovăm o cultură care respectă timpul liber și pasiunile personale. Activități precum călătoriile, sportul și petrecerea timpului de calitate cu familia și prietenii ne îmbogățesc viața și ne inspiră în munca noastră, contribuind la o perspectivă echilibrată și împlinită.



Într-o industrie în continuă evoluție, BBTR se remarcă prin abordarea sa inovatoare și angajamentul față de satisfacția clienților. Pentru cei interesați să afle mai multe despre ofertele și serviciile BBTR, compania rămâne deschisă la întrebări și discuții. Detalii suplimentare pot fi obținute accesând site-ul companiei www.alicetipsandtrips.com sau www.bbtr.ro sau prin contact direct.

Email: mihai.tecu@bbtr.ro
Phone: +40 74 458 25 94
Office: +40 21 411 13 52



www.moovleasing.ro 

Antreprenorii noștri de succes nu sunt ascultați

Interviu cu **Adrian Mihai**, Președintele FBN România
și cu **Mihaela Hărșan**, Secretar General, FBN România

Când a fost fondată Asociația Family Business Network România (FBN România)? În ce context? Ce companii sunt membre în prezent?

Adrian Mihai

FBN România a fost înființată în anul 2012 de către 4 fondatori.

Membrii noștri sunt companiile de familie, în prezent în număr de 34. Fiecare familie decide să adere cu una dintre firmele din grupul de familie. Avem la acest moment și câteva solicitări noi de aderare, pe care le vom discuta în prima ședință de Consiliu Director.

Membrii actuali ai FBN România sunt:

- AD AUTO TOTAL SRL
- ADREM INVEST SRL
- AGRICIN SRL (RA-RA GROUP)
- AMSET PRODEXIM SRL
- ARENA CITY CENTER SRL
- AUTONOM SERVICES SA
- BOG'ART SRL
- CRISTIM 2 PRODCOM SRL
- DINAMIC 92 DISTRIBUTION SRL
- DMF POLIPLAST SRL
- DOLINEX SRL
- ELECTRA SRL
- EXIMTUR SRL
- FAN COURIER EXPRESS SRL
- FILDAS TRADING SRL
- FLAME DATA TECHNOLOGIES SRL
- GLOBAL VISION SRL
- IMOB SRL
- INTEGRATA PAȘCANI SRL
- IVATHERM SRL
- MATEROM SRL
- M & M PRODUCT SRL
- NOVAINTERMED SRL
- PIAȚA DE GROS ADMINISTRARE SRL
- PROINVEST GROUP SRL
- ROPHARMA SA
- SANDRA TRADING SRL
- SECOM HEALTHCARE SRL

- SECPRAL PRO INSTALATII SRL
- SKELA INDUSTRIES SRL
- TECNOSTAR CONSULTING SRL
- TEMAD CO SRL
- TESTER GRUP S.R.L.
- TRANSAVIA S.A.

Care sunt condițiile pentru a putea fi admis ca membru în FBN România?

Mihaela Hărșan

O firmă poate deveni membră a FBN România doar dacă este recomandată de



alți membri și dacă este acceptată de către Asociație, fiind necesar atât acordul Consiliului Director, cât și cel al Adunării Generale.

La admiterea unui membru nou se au în vedere mai multe criterii, cum ar fi (enunțate doar cu titlu exemplificativ și nelimitativ):

- Vechimea afacerii de familie (minimum 10 ani);
- Cifra de afaceri de peste 5 milioane de euro – agregat, pe grup de firme –, și rezultat financiar pozitiv, un număr cât mai mare de angajați;
- Deținerea pachetului de control;
- Plata la zi a impozitelor și taxelor;
- Deținerea, de către cel puțin un membru al familiei, a unei funcții în top-managementul afacerii;
- Nedeținerea de funcții politice sau publice, lipsa antecedentelor penale sau fiscale;
- Moralitatea, percepția publică;
- Obligatoriu cetățenia/naționalitatea română;
- Implicarea în activități umanitare, ale societății civile etc.

Suntem interesați ca afacerile să fie din domenii și din zone geografice cât mai variate.

Ce valori și principii stau la baza Asociației?

Adrian Mihai

FBN ROMÂNIA este o asociație constituită de și pentru familiile care dețin și administrează afaceri în România și pe care intenționează să le dezvolte și să le păstreze în cadrul familiei. Scopul FBN îl constituie educarea antreprenorilor pentru păstrarea business-ului în familie, asigurarea cu succes a transferului afacerii către generațiile următoare, afilierea la rețeaua internațională FBN Internațional și European Family Businesses și exercitarea unui rol activ în cadrul acestor organizații internaționale.

Acordăm o mare atenție antreprenorilor români și promovării unor principii sănătoase de business, în sensul unei atitudini corecte și al unei conduite profesionale principale și loiale în afaceri, una dintre valorile noastre fiind și cea a păstrării în țară a veniturilor și reinvestirii

lor locale.

De aceea afacerile de familie se bucură de cea mai mare încredere atât printre partenerii noștri, cât și pentru angajați.

Mihaela Hărșan

FBN România asigură pentru membrii săi activități de consiliere, pregătire și responsabilizare a moștenitorilor în administrarea afacerii și în realizarea transferului securizat al acesteia, cu asumarea unui rol activ în societate, prin stimularea creării și menținerii de locuri de muncă, a recalificării forței de muncă și reintegrării sociale.

Asigurăm pentru membrii noștri întâlniri, conferințe și acces la evenimente locale și internaționale, printre obiectivele noastre explicite fiind promovarea României și a afacerilor românești la nivel național și internațional, iar ca obiectiv social, susținem implicarea și sprijinirea unor activități social-culturale, de promovare a patrimoniului și valorilor românești și desfășurarea de activități comunitare, filantropice sau de reprezentare a intereselor comunității afacerilor de familie.

FBN România are ca principal scop stimularea antreprenorilor români în constituirea și păstrarea afacerilor în familie și transferarea cu succes a acestora către generațiile următoare. Cum vedeți ecosistemul business-urilor de familie din țara noastră și potențialul lor de creștere, în anul 2024?

Adrian Mihai

Antreprenorii care au demarat afaceri în anii de după 1990 au avut șansa de a activa pe o piață virgină, care avea nevoie de orice. Golurile pieței s-au umplut însă treptat, astfel că demararea și consolidarea unui business în prezent devine tot mai anevoioasă, în lipsa unui capital consistent. Apreciem că anul 2024 este doar începutul unei perioade dificile pentru antreprenorii români, fiscalizarea excesivă și adresată aproape în exclusivitate capitalului românesc aducând multe încorsetări fiscale și birocratice și, evident, nemulțumiri în consecință. Cel mai grav este însă că antreprenorii noștri de succes nu sunt ascultați, ceea ce creează frustrări evidente

și zero șanse de redresare a economiei țării. Astfel că, din păcate, probabil că doar firmele mari și bine capitalizate vor supraviețui politicilor fiscale ale anilor următori. Fără o structură bine înrădăcinată și resurse suficiente, dăm șanse mici firmelor medii și mici, cu excepția celor care operează în industrii și business-uri « la modă » și care au înregistrat creșteri explozive într-o existență foarte scurtă. Dar niciuna dintre acestea nu se profilează la acest moment ca o afacere de familie, a cărei principală definiție este caracterul multigenerațional.

Începând cu anul 2015 sunteți membru în European Family Businesses, cu sediul la Bruxelles, for european de impact în discuțiile cu reprezentanții Parlamentului European și ai Comisiei Europene. Cât de mult a contat / contează know-how-ul și expertiza European Family Businesses în evoluția FBN România?

Adrian Mihai

Aderarea noastră la entitățile internaționale este parte a scopului pentru care ne-am constituit. Era nevoie de o ieșire a antreprenorilor români în străinătate, altfel decât prin produsele sau brandurile lor, de aceea am fructificat această oportunitate și am creat această organizație care cuprinde unele dintre cele mai importante afaceri de la noi, similar cu organizațiile-surori din celelalte state. European Family Businesses (EFB) este o federație de asociații naționale care reprezintă interesele entităților membre în dialogul cu reprezentanții Parlamentului European și ai Comisiei Europene.

Mihaela Hărșan

FBN România nu doar că a fost acceptată ca membru al European Family Businesses, dar am reușit să avem și un membru al Board-ului EFB, pe doamna Anca Vlad, unul dintre cei mai mari antreprenori din zona Europei Centrale și de Est. Ni se transmit bilunar și suntem informați asupra proiectelor legislative discutate la Bruxelles și Strasbourg, facem propriile noastre propuneri și ne implicăm activ în comunitatea afacerilor de familie din Europa.

Ne puteți oferi câteva exemple unde tranziția preluării afacerii de familie de către a doua generație a fost / este un succes?

Adrian Mihai

Da, ne mândrim cu faptul că una dintre cele mai importante afaceri de familie din România a « avut curajul » trecerii business-ului în mâinile reprezentantului celei de-a doua generații. Ne referim aici la grupul Cristim, ale cărui cifre au crescut după asumarea conducerii executive de către Radu Junior, un adevărat mentor pentru copiii noștri.

Cum percepeți colaborarea mediului de afaceri cu autoritățile centrale și locale? Cât de mult este ascultată vocea oamenilor de afaceri, a celor care creează locuri de muncă și aduc bani la buget, în luarea deciziilor economice importante?

Adrian Mihai

În general, autoritățile locale recunosc și valorizează afacerile mari de pe teritoriul lor. Și bine fac, întrucât firmele private ocupă forța de muncă și creează progresul comunității în care acționează. Din păcate însă, la mai toate nivelurile, constatăm că mediul politic de la noi nu este suficient de matur, ba chiar nivelul de competență pare să scadă dramatic de la o legislatură la alta. Sigur că nicio țară nu își permite așa ceva la nesfârșit. Nu ne permitem să se mai facă experiențe pe noi și pe angajații noștri. În cele mai multe situații dialogul este doar mimat, astfel cum am văzut cu toții la sfârșitul anului 2023, când mai multe organizații de business au propus guvernanților soluții de ieșire din criză, care însă au fost ignorate. Din păcate, aceasta e realitatea.

Care sunt cele mai mari provocări ale afacerilor de familie românești și europene?

Adrian Mihai

Vom răspunde cu sintagma multiplu utilizată, însă perfect valabilă de decenii: în țara noastră, lipsa de predictibilitate legislativă este cea care creează cele mai mari probleme antreprenorilor români. Iar



la nivel european, adoptarea unor directive politice care țin prea puțin seama de realitățile economice din statele membre sunt pe cale să dezbină unitatea europeană și să îndepărteze firmele europene de concurenții lor mondiali în termeni de eficiență și profitabilitate, căci nu vor mai putea concura cu firme care nu aplică aceleași reguli de moralitate și civism.

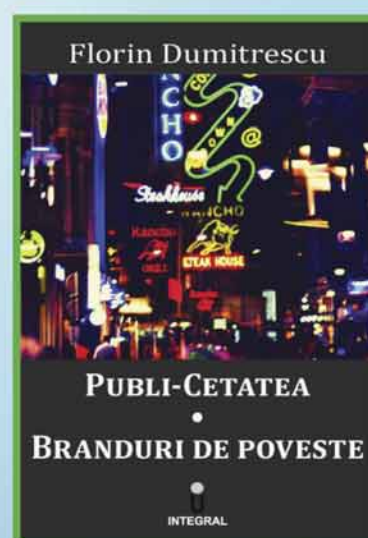
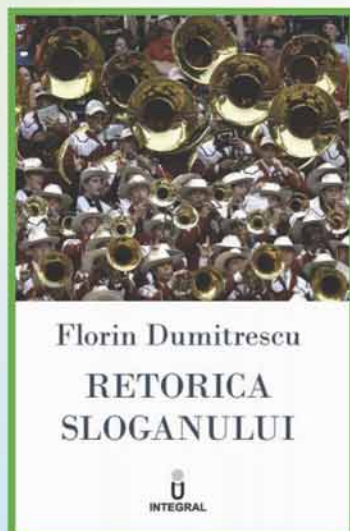
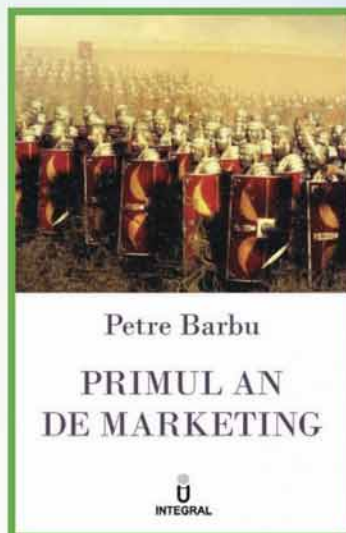
Care sunt cele mai vechi afaceri de familie din Europa și din lume?

Mihaela Hărășan

Cea mai veche afacere de familie este din Japonia și are peste 1000 de ani. Criteriile lor sunt însă puțin diferite de ale noastre. La

fel, multe astfel de afaceri au fost fondate în Europa de sute de ani, dar puține au ajuns în zilele noastre cu aceleași denumiri și, mai ales, domenii de activitate. Multe dintre firmele cele mai cunoscute la nivel mondial sunt afaceri de familie: Walmart, Ford, BMW, Cargill, Dell, Bosch, LG, LVMH, Auchan, Aldi, Mars, Porsche, l'Oreal, Roche etc. Avem marea șansă să fim « colegi » în cadrul EFB cu cele mai vechi firme de familie din Europa, prin grupul exclusivist Les Henokiens, care cuprinde afaceri de familie mai vechi de 200 de ani. Iată că deceniile înseamnă puțin timp când ne referim la afaceri de familie, astfel că ne dorim și noi afaceri de secole pentru antreprenorii români.

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI



Fidelizarea a venit prin calitatea serviciilor oferite și empatia față de pacientul cardiovascular

Interviu cu doamna Cecilia Covrig, Fondator, Spitalul Angiomedica

În 2016 ați deschis Spitalul de Boli Cardiovasculare Angiomedica, în București. Cum a decurs activitatea în această perioadă?

Mai precis în Decembrie 2016 s-au deschis ușile Spitalului de Boli Cardiovasculare Angiomedica pentru pacienți. În prima lună s-a deschis Ambulatoriu, cu 6 cabinete pentru diagnostic și investigații cardiovasculare / cardiologie și amintim aici: ecografie cardiacă și transesofagiană, EKG, Holtere TA și EKG, test de efort, consultații de specialitate cardiologie, aritmologie și chirurgie vasculară: dopplere vene/artere/carotidă etc.

Apoi din Ianuarie 2017 am început să internăm pacienții pentru Sala de Angiografie (coronarografie, arteriografie, angioplastie cu balon /stent, flebografie, implantare de stimulatoare/ defibrilatoare cardiace, electrofiziologie) și pentru operații în Blocul Operator (chirurgia carotidei, bypass, varice, fistule, montări cateter etc.). Activitatea a decurs dificil la început pentru că nu eram cunoscuți, pentru că suntem un spital monodisciplinar - cardiovascular, pentru că nu există contractul cu CASMB (Casa de Asigurări de Sănătate a Municipiului București) decât pentru 5 paturi din Clinica Angiomed, iar noi aveam 22 de paturi în Spitalul Angiomedica.

A fost greu cu dotarea cu materiale sanitare de foarte bună calitate, medicii aveau fiecare cerințele lor, apoi cu dezinfectanți, lenjerie, teste rapide la patul pacientului, salariile angajaților Și totul din efortul propriu al investitorului!

Care sunt principiile sau valorile de bază care stau la baza serviciilor oferite de Spitalul de Boli Cardiovasculare Angiomedica?

Calitatea actului medical (suntem acreditați de ANMCS cu grad II, cel mai înalt grad acordat instituțiilor sanitare publice sau private din România), seriozitatea, implicarea, empatia față de pacient și găsirea de soluții care să vină în sprijinul pacientului. Importante sunt, de asemenea, continuitatea și dezvoltarea.

Care au fost cele mai mari provocări în dezvoltarea spitalului și în consolidarea echipei?

În primul rând, deschiderea Spitalului și susținerea cheltuielilor în primele luni. Dificil a fost și găsirea unui număr cât mai mare de medici full-time și colaboratori. La început, în mare parte, eu personal îi cunoșteam din perioada de experiență în domeniul comerțului cu produse și echipamente cardiovasculare, iar ei totodată îmi cunoșteau seriozitatea. Greu a fost și să găsim personalul mediu medical și administrativ, al managementului executiv și să consolidăm echipa. Din provocări aș mai menționa și contractarea unui număr total de 22 de paturi în Spitalizare Continuă și 2 paturi de Spitalizare de Zi ca valoare contractată-finanțare, lucru care a fost posibil abia din Aprilie 2018.





Ce echipamente folosiți în activitatea de zi cu zi?

Echipamentele din Spitalul de Boli Cardiovasculare Angiomedica sunt de ultimă generație și investim an de an în upgrade și echipamente noi.

Printre cele mai importante se numără Angiograf Philips, Ecografe General Electric și Philips, Test de efort pe bandă, EKG-uri Burdick, Mortara și MAC, Holtere EKG și TA Mortara, aparate de anestezie și ventilație Dräger, injectomate, infuzomate, centrală de monitorizare cu monitoare la patul pacientului.

De asemenea, în Compartimentul de Terapie Intensivă avem defibrilatoare externe Physio-Control, stimulatori externe Medtronic și Osypka, sala de operații este sală Hybrid cu masă fluoroscopică și C-arm, echipamente pentru chirurgie cardiacă: pompă, heat-exchanger, Cell-saver, instrumentar de chirurgie cardiacă și vasculară, dotarea Compartimentului UTS și a Compartimentului de Sterilizare.

De curând, în ianuarie 2024 am investit și într-un RX mobil nou pentru radiografii la patul pacientului și în Ambulatoriu.

Cum a evoluat cererea pentru serviciile dumneavoastră?

Cererea a crescut an de an, cu creșteri după pandemie de aproximativ 40% a volumului de activitate și a cifrei de afaceri, iar în 2023 față de 2022 creșterea a fost de 27%. Numărul de pacienți care au apelat la serviciile noastre a trecut de 10.000 în 2023, din care 1.170 de pacienți la Angiograf și 1.240 pacienți în operații chirurgicale. Diferența o reprezintă pacienții în ambulatoriu și spitalizare de zi.

Care au fost / sunt cele mai solicitate operații și proceduri de tratament?

Cele mai solicitate proceduri intervenționale: coronarografie, arteriografie, angioplastie cu stent pe coronare, carotide sau membre. De asemenea, trebuie să amintesc și de cererile de intervenții electrofiziologie: studiu și ablații, implant de stimulatori cardiace.

La Blocul Operator cele mai solicitate proceduri chirurgicale au fost: bypass și revascularizări membre și carotidă, bypass aorto-bifemural, iliaco-femural, cura chirurgicală sau ablație varice, precum și fistule la pacienții dializați și montări de cateter, Spitalul nostru având contracte de colaborare cu centrele de dializă. Menționez că până în luna mai 2023 am efectuat și operații minim invazive pe cord, apoi am oprit programul operator și ne-am pregătit privind dotarea cu echipamente pentru operații pe cord deschis. Concomitent, în iulie 2023 am deschis Compartiment de Terapie Intensivă cu 4 paturi (3 pentru chirurgie și 1 pat pentru Compartimentul Angio / Explorări Funcționale).

Cum a evoluat relația cu pacienții de-a lungul timpului? Ce considerați că a determinat fidelizarea acestora?

Peste 10.000 pacienți pe an într-un Spital monodisciplinar, spune ceva! Evoluția a fost crescătoare, cu 2 cifre an de an, iar

fidelizarea a venit prin calitatea serviciilor oferite și empatia față de pacientul cardiovascular.

Concomitent, a contribuit și faptul că asigurăm toată gama de servicii cardiovasculare de la diagnostic minim invaziv în ambulatoriu, diagnostic intervențional, analize medicale, control pre-operator și în final rezolvarea cazului chirurgical. Așadar, la Spitalul de Boli Cardiovasculare Angiomedica pacientul este tratat de o echipă multidisciplinară până la rezolvarea problemei medicale.

Cum vedeți evoluția Angiomedica în următorii ani? Există planuri specifice sau direcții strategice pe care doriți să le abordați pentru viitor?

Eu, ca fondatoare a Spitalului Angiomedica și ca manager cred în evoluția Spitalului și în următorii ani. În acest sens, am obținut în anul 2023 avizul și pentru servicii de medicină internă, consultații și doplere abdominale precum și consultații pentru specialitatea diabet și boli metabolice. Considerăm că sunt specialități conexe profilului nostru cardiovascular, pacienții diabetici au în marea lor majoritate și patologia piciorului diabetic, iar medicina internă ne ajută la investigarea pacienților care nu știu încă că au afecțiuni cardiovasculare și sunt într-o măsură destul de mare necunoscători ai patologiei pe care o au fiind într-o fază incipientă a investigațiilor.

Contact Spitalul de Boli Cardiovasculare Angiomedica București

**Strada Cosminului Nr. 13,
Sector 2, București**

**Programări Luni-Vineri 8.00 AM-8.00 PM,
Sâmbătă 9.00 AM-14.00 PM**

Telefon 031.9995



Am oferit permanent servicii de calitate

Interviu cu Monica Predescu, Fondator, Excelcont



Excelcont are o experiență de 32 de ani. Compania este membru CECCAR (Corpul Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România), CAFR (Camera Auditorilor Financiar din România) și CCF (Camera Consultanților Fiscali).

Care considerați că sunt argumentele pentru care ați reușit să rămâneți în piață timp de peste 30 de ani?

Lucrul bine făcut. Am oferit permanent servicii de calitate. În domeniul nostru există reglementări contabile, fiscale pe care trebuie să le respectăm. Când oferi un răspuns, nu merge să spui "eu cred că", am citit....., am văzut comentarii" ... etc. Trebuie să răspunzi cu text din lege. În felul acesta îți conferi și ție și clientului "o liniște" la un eventual control. Aici ar trebui adăugat și faptul că dacă ai fost un prost negociator și onorariul perceput nu este unul care să te

mulțumească, nu înseamnă să faci rabat de la calitate. Este strict problema ta ca prestator de servicii. Serviciile trebuie să fie de calitate și complete. Și așa ar trebui să se întâmple în toate domeniile de activitate. Și, de asemenea un lucru foarte important este să ții pasul cu tehnologia. Gândiți-vă că generația mea a plecat la drum să facă contabilitate, completând de mână Note contabile, Fișe de cont, acele "cearceafuri mari" care erau balanțele. Și am ajuns astăzi să oferim servicii de contabilitate în cloud. Ce s-ar fi întâmplat dacă nu eram deschiși la tot ce este nou și cum reușim să avem acum aceleași rezultate bune, cu un efort mai mic? Nu mai introducem (ca acum 20 de

ani) sute de facturi. Nu am fi avut timpul fizic necesar, pentru a ne dezvolta. Acum putem să facem analize și să trimitem rapoarte.

Care sunt calitățile și abilitățile în domeniul contabilității și fiscalității pe care trebuie să le aibă un antreprenor obișnuit, atunci când își înființează o societate?

Consider că fiecare antreprenor ar trebui să aibă câteva noțiuni de bază, câteva cunoștințe minime în domeniu. Ar trebui să se uite pe situațiile financiare anuale ale societății. Acolo scrie clar, sunt cifre pe care singur poate să le verifice. De exemplu, el

știe cât valorează mijloacele fixe pe care le deține societatea, cât mai are de încasat de la clienți, cât mai are de plată la furnizori, la credite etc. Să știți că sunt și antreprenori cu afaceri dezvoltate care nu acordă importanța cuvenită contabilității. Noi îi încurajăm să se uite pe situațiile financiare, înainte să semneze, să pună întrebări, să ceară rapoarte periodice care să îi ajute în desfășurarea activității.

Nu același lucru putem spune despre fiscalitate. În momentul în care vine vorba despre taxe și impozite, toți caută optimizarea, ceea ce nu este un lucru rău. Însă toate trebuie făcute în spiritul legii. Vă dau un exemplu: Un antreprenor de prestări servicii IT achiziționează pe societate o mobilă de bucătărie. Vă întreb cum pot eu ca expert contabil să justific, la un control, că acea achiziție este pentru desfășurarea activității economice a societății?

Echipa SC EXCELCONT SRL, caută să "educe" clienții în ceea ce privește fiscalitatea, să le ofere sfaturi și să-i îndemne să-și achite la timp datoriile către stat.

Care sunt cele mai mari provocări cu care vă confrunțați în prezent?

Schimbările frecvente ale legislației. Ce ai aplicat luna trecută nu este sigur că mai este valabil și luna următoare.

Nu mai ai timp să procesezi documentele primare. Trebuie să citești tot timpul Codul Fiscal (și nu este suficient doar de citit, trebuie și înțeles). Este necesar să fim cu legislația la zi (la propriu) pentru a ne putea informa clienții și la rândul lor, aceștia să pună în timp util în aplicare toate schimbările intervenite (ne referim la cotele de TVA, impozitul cu reținere la sursă, schimbări în calculul taxelor și impozitelor aferente salariilor etc.). De asemenea, ne confruntăm cu indisciplina unor clienți care aduc actele târziu, incomplete, acționează



„Să știți că sunt și antreprenori cu afaceri dezvoltate care nu acordă importanța cuvenită contabilității.

„Echipa SC EXCELCONT SRL, caută să "educe" clienții în ceea ce privește fiscalitatea, să le ofere sfaturi și să-i îndemne să-și achite la timp datoriile către stat.

în anumite spețe fiscale fără să întrebe (noi aflăm ulterior).

Este greu să fi antreprenor în România ?

Este greu dar este și provocator! Mergi "pe mâna ta"! Eu consider că trebuie să rămâi echilibrat. Dacă pleci la drum, că în doi ani îți iei vilă cu piscină, ... mai bine nu pleca! Dacă pleci la drum să prestezi un serviciu de calitate, să te perfecționezi continuu, să asculți și să încerci să satisfaci nevoile clienților, va funcționa.

De asemenea este foarte important colectivul, dacă nu ești patron și ești un lider, iarăși va funcționa. La acest punct, aș vrea să mai adaug că o importanță foarte mare o are familia.

O familie care te susține, care te sprijină și chiar se implică îți dă

energia și curajul să mergi mai departe. Și la acest capitol trebuie să ai un echilibru: muncești, dar trebuie să ai și clipele de liniște petrecute cu familia.

CONTACT

SC EXCELCONT SRL

Adresa de corespondență-punct de lucru:

Cotroceni Business Center
(APACA)

Bulevardul Iuliu Maniu nr. 7

Corp A, scara 2, et.2

Sector 6, București

Cod postal : 061072

Email: excelcont@gmail.com

Telefon: +4 021.413.11.47

Fax: +4 021.413.56.45

Suntem o marcă românească, așa că este firesc să facem producția local

Interviu cu Ana Maria Coman, CEO și Cofondator, Caractero Stil

Ați lansat brandul Etic Lady's Fashion în anul 1999, când erați studentă la ASE. Ce obiective aveți la început?

Povestea mea ca antreprenor a început în copilărie, atunci când aveam magazine acasă, acolo unde cumpărătorii erau cunoscuții și prietenii care ne vizitau, iar moneda de schimb erau bancnotele din jocul Monopoly. Mai târziu, în liceu, am fost reprezentant al unei firme de cosmetice și vindeam produse familiei, prietenilor, vecinilor și colegilor. A fost o modalitate foarte bună prin care mi-am suplimentat banii de buzunar și care m-a ajutat să înțeleg ce înseamnă să ai o mică afacere a ta, chiar dacă la un nivel incipient, departe de o afacere adevărată. Fiind pasionată de cifre și de comerț, am ales ca după terminarea liceului să urmez o facultate cu profil economic, în cadrul ASE.

Ideea de a deschide un magazin de haine mi-a venit din pasiunea pe care o aveam, ca multe alte adolescente, pentru modă și dorința de a găsi mai ușor ținute în tendințe, la prețuri atractive. În 1999, erau mult mai puține magazine cu articole vestimentare comparativ cu ce găsim acum pe piață, erau mai puține mărci de haine, nu era varietate, astfel că alegerile erau limitate. Mi-am dat seama că o afacere cu articole vestimentare de calitate, care să fie în linie cu trendurile din modă și care să fie disponibile la un preț corect are un potențial de creștere foarte bun. Așa că, alături de partenerul meu de atunci și de acum, Costin Strîmbeanu, am deschis primul nostru magazin într-un spațiu de 10 metri pătrați din cadrul pieței Big Berceni, cu o investiție inițială de câteva mii de euro, fondurile fiind ale noastre, ale mele și ale lui Costin.



Dacă la început principalii clienți eram eu și prietenele mele, cunoscuții noștri și așa mai departe, ulterior am reușit să atragem doamne și domnișoare care aveau nevoie de ținute pentru facultate sau birou, fiind specializați mai ales în oferirea unor articole vestimentare office.

Cum este organizată în prezent compania Caractero Stil?

Eu mă ocup de coordonarea a tot ceea ce ține de design și de dezvoltarea afacerii, în timp ce Costin este responsabil cu partea administrativă. Funcționăm astfel chiar de la începutul business-ului și este cu siguranță o formulă de succes, dat fiind că și acum, 25 de ani mai târziu, avem rezultate foarte bune împreună și lucrăm la fel de bine. În ceea ce privește organizarea companiei, încă de la început, serviciile de producție au fost externalizate. Pe partea de design și tipare deținem o echipă specializată care se ocupă și de alegerea și importul țesăturilor și materialelor din țări precum Italia, Grecia și Bulgaria. Tot procesul care ține de alegerea liniei pentru colecții și de alegerea materialelor este atent supravegheat de mine. Sunt mereu în mijlocul echipei și stabilim direcțiile împreună.

Pe partea de producție, am apelat în cea mai mare parte încă de la început și continuăm și în prezent parteneriatul cu zeci de fabrici românești din București, Focșani, Ploiești și Pitești. Suntem o marcă românească, așa că este firesc să facem producția local. În plus, hainele noastre sunt produse mai sustenabil, pentru că nu este necesar să le transportăm de la distanțe considerabile, amprenta de carbon fiind astfel redusă. În plus, pot să ajung astfel mult mai des chiar eu însămi la fabrici, astfel încât să mă asigur că produsele Etic sunt confecționate la cele mai bune standarde pentru clientele noastre.



Unde aveți magazine? Intenționați să vă extindeți?

Așa cum spuneam, primul magazin Etic a fost deschis în 1999, în complexul comercial Big Berceni, după care am mai deschis un magazin în Pavilionul H din zona Herăstrău (unde funcționează acum o berărie). Următorul magazin a fost în Cocor, a urmat Unirea Shopping Center, iar ulterior am deschis magazine în galerii și centre comerciale atât în București, cât și în țară.

În prezent, operăm 6 magazine și un outlet în București, un magazin în Craiova și unul în Constanța, alături de magazinul online care funcționează pe etic.ro.

Pe partea de producție, am apelat în cea mai mare parte încă de la început și continuăm și în prezent parteneriatul cu zeci de fabrici românești din București, Focșani, Ploiești și Pitești.

Vom continua extinderea în măsura în care vom apărea noi oportunități în piață. În prezent, ne dorim să creștem vânzările magazinului online, un canal cu un potențial foarte mare de creștere.

Cum merg vânzările online, prin site-ul <https://www.etic.ro/>?

Vânzările pe etic.ro merg foarte bine, ne bucurăm că avem clienți din magazinele fizice care ne vizitează și în online, dar și că reușim să ajungem la clienți noi, inclusiv din alte țări. Începem să ne formăm o clientelă loială și pe acest canal, care ne urmărește în Social Media, ne citește newsletterele, știe când intră colecțiile noi, dar și când

avem reduceri, astfel încât să poată achiziționa produsele pe care și le dorește la momentul potrivit și la cel mai bun cost.

Ce echipă de vânzări aveți în prezent? Cât de greu este să recrutezi și să formezi un bun om de vânzări?

Echipa de vânzări din magazinele noastre însumează peste 70 de persoane, iar multe dintre acestea sunt alături de noi de foarte multă vreme. Succesul de care ne bucurăm nu ar fi posibil fără echipa care se află zi de zi alături de clientele noastre, pe care au ajuns să le cunoască, să le consilieze și să le ofere articolele vestimentare cele mai potrivite pentru ele, astfel că magazinele Etic au o bază de clientele fidele de foarte mulți ani. Aș vrea să mulțumesc echipei pentru implicarea și dedicarea de care dă dovadă zi de zi.

Referitor la recrutare, îmi place să mă implic direct în alegerea echipei de vânzări, mai ales că am un profil pe care-l urmăresc pentru că știu ce se potrivește brandului Etic din punct de vedere al competențelor. Procesul de a găsi oameni valoroși este uneori mai dificil, de aceea sunt fericită că am angajați cu o vechime considerabilă care mă ajută și cu procesul de formare al celor noi veniți. Avem obiective și cerințe clare de la început și în același timp oferim salarii competitive și bonusuri, pentru că vrem să avem angajați mulțumiți de locul lor de muncă și care să întâmpine clientele cu un zâmbet sincer în fiecare zi.

Cum vă protejați mărcile?

Marca noastră este înregistrată local la OSIM și la organisme specifice de la nivel european. De asemenea, lucrăm și cu o echipă de avocați care ne consiliază oricând avem nevoie pe tot ceea ce este legat de proprietatea intelectuală a mărcii noastre.

Vindeți haine pentru femei.

De asemenea, vindeți accesorii - căciuli, curele, eșarfe, genți, etc. Pe ce materiale vă axați? Care sunt cele mai solicitate produse?

Dacă inițial clientele noastre veneau într-un magazin Etic în special pentru că la noi găseau ținute office în tendințe, bine făcute și la prețuri foarte bune, încet, încet am început să oferim articole vestimentare pentru orice moment al zilei. În prezent avem colecții dedicate ținutelor de seară sau special create pentru sărbători, oferim accesorii diverse – genți, curele, eșarfe, căciuli, ținute din denim sau chiar haine de blană. Toate articolele vestimentare oferite de noi sunt solicitate, deoarece clientele noastre vin la Etic tocmai pentru că știu că aici găsesc o diversitate de produse pentru ocazii și momente diferite, iar noi le oferim ceea ce au nevoie. În ceea ce privește materialele, ne orientăm din ce în ce mai mult către produse din materiale naturale, de calitate, care să fie prietenoase cu pielea clientelor, precum bumbacul și mătasea și care oferă cel mai bun confort termic vara, precum inul și vâscoza sau căldură iarna, precum lâna și cașmirul, fiind în același timp comode și practice. Pe cât posibil, chiar dacă produsele noastre nu sunt toate 100% din materiale naturale, încercăm să fie astfel într-un procent cât mai mare.

Cum apreciați competiția / concurența în sectorul de piață în care vă desfășurați activitatea?

Sectorul fashion este unul extrem de competitiv, prin diversitatea mărcilor existente pe piață și a faptului că apar mereu producători noi, ce intră acum mult mai ușor pe piață mai ales pe canalele din mediul online. Este o competiție acerbă, este adevărat, însă marca Etic este construită în peste 25 de ani, are



Vânzările pe etic.ro merg foarte bine, ne bucurăm că avem clientele din magazinele fizice care ne vizitează și în online dar și că reușim să ajungem la clientele noi, inclusiv din alte țări.



locul ei pe piață și o bază de clientele fidele care știu că noi le vom oferi întotdeauna articole vestimentare de calitate, în tendințe, produse local și la un preț competitiv pentru calitatea pe care o oferă.



Marca Etic este construită în peste 25 de ani, are locul ei pe piață și o bază de clientele fidele care știu că noi le vom oferi întotdeauna articole vestimentare de calitate, în tendințe, produse local și la un preț competitiv pentru calitatea pe care o oferă.

Ce strategie de dezvoltare aveți pe termen mediu, 2-3 ani?

Vom continua să fim alături de clientele noastre ca și până acum, concentrându-ne pe ceea ce știm să facem mai bine, continuând cu o strategie moderată de dezvoltare care să ne permită să creștem sănătos și să ne bucurăm de business-ul Etic și de ceea ce facem, zi de zi.

ETIC

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.

Aducem pe mesele oamenilor cireșele cu gustul de altădată, cireșele copilăriei

Interviu cu Erika Șerban, Co-Fondator, Livada cu Cireșe Bio Erika



“

Când vorbim de "ECO" (ECOLOGIC), atunci trebuie să știm că întreg procesul, de la producție și până la livrare, este monitorizat și asigurat, astfel încât cireșele să ajungă pe rafturi ca și cum ar fi fost culese acum din pomi.

Vă rugăm să ne spuneți câteva lucruri despre business-ul dumneavoastră.

Reprezintă TMAG INVEST GROUP SRL care deține o livadă tânără, certificată ECOLOGIC prin intermediul organismului de certificare SRAC (RO-ECO-026), respectând toate normele de calitate impuse la nivel U.E, Certificată Global GAP și GRASP.

Livada este localizată în comuna Nicorești, din județul Galați. Suntem pe piață de 2 ani, dar suntem mândri că am reușit în timp foarte scurt să ne certificăm ca o livadă Bio și ca un producător Bio.

Producția totală pentru anul în curs este estimată la aproximativ 150-180 tone, în regim ecologic cu certificare **ECOLOGICĂ RO-ECO-026**.

Ambalarea produselor va fi realizată pentru 500 grame în caserole sau alte ambalaje agreeate cu clienții, cu mențiunea că se pot ajusta și în funcție de nevoi.

Când se recoltează cireșele voastre?

Suntem din Nicorești, Județul Galați, acolo unde sezonul cald ajunge mai târziu și temperaturile scăzute primăvara sau chiar zăpada nu sunt un lucru neobișnuit. Din acest motiv, cireșele noastre încep să fie recoltate de la începutul lunii iunie, până la finalul lunii iulie.

Acest lucru nu ne face să fim primii care aduc cireșe pe piață, dar toată munca noastră face ca să aducem pe mesele oamenilor cireșele cu gustul de altădată, cireșele copilăriei. Cireșele au nevoie de timpul lor de coacere, iar noi nu forțăm natura în niciun fel și, astfel, gustul rămâne cât mai autentic.



Ce reprezintă simbolul ECO pentru cireșele voastre?

Când vorbim de agricultură ecologică, trebuie să știm că "ECO" nu reprezintă doar o etichetă pe care o punem pe produse. ECOLOGIC reprezintă încununarea unei munci foarte importante de certificare și de respectare a tuturor condițiilor de cultivare a cireșelor. Când vorbim de "ECO" (ECOLOGIC), atunci trebuie să știm că întreg procesul, de la producție și până la livrare, este monitorizat și asigurat, astfel încât cireșele să ajungă pe rafturi ca și cum ar fi fost culese acum din pomi. Certificările noastre RO-ECO-026, dar și certificările Global GAP confirmă faptul că aceste proceduri sunt respectate și că avem cireșe de calitate. Cireșe BIO Erika reprezintă o marcă înregistrată.

La ce să ne așteptăm în acest an?

După primii doi ani pe piață, considerați ani de debut, respectiv 2022 și 2023, estimăm în 2024 o producție de 150-180 de tone. Suntem pregătiți să livrăm cireșele de calibru +26 mm, cu care i-am obișnuit deja pe clienții noștri, în marile lanțuri de supermarketuri,

dar și clienții cu magazine eco/bio. Suntem deschiși pentru orice fel de colaborare, mai ales pentru cei care știu să aprecieze adevăratul gust al cireșelor românești. Pentru noi gustul adevărat al cireșelor este cel care ne-a determinat să investim atât de mult și avem încredere că oamenii vor aprecia foarte mult ce vor găsi la Livada cu Cireșe BIO Erika.

Ce vă diferențiază de alți producători de cireșe ECO?

Îmi e greu să spun ce ne diferențiază de alți producători, pentru că ar trebui să știu exact ce fac ei și să gust din cireșele lor. Cu toate acestea, știu sigur care sunt valorile noastre, cu ce ne mândrim și pot spune că dincolo de calitatea cireșelor, care poate fi demonstrată, suntem un producător care pune foarte multă grijă în tot ce face. De la procesul de culegere a cireșelor, până la cel de asamblare și distribuție. Orice etapă din procesul nostru de distribuție este făcută cu grijă. Noi știm că fiecare fruct va ajunge să fie gustat, să producă o bucurie cuiva și acesta este motivul pentru care nu vom face niciodată rabat de la calitatea serviciilor noastre. Munca noastră este făcută cu multă grijă și pasiune, dar mai ales cu respect față de consumatorul final.

„Munca noastră este făcută cu multă grijă și pasiune, dar mai ales cu respect față de consumatorul final.”



Unde vă vedeți business-ul peste 2 ani?

Business-ul nostru este unul făcut din pasiune și putem să spunem că este o afacere de familie și atunci, vrem să vedem cum crește familia noastră, vrem ca cireșele noastre să ajungă pe mesele cât mai multor români și să se întoarcă la gustul autentic al cireșelor noastre în fiecare an. Vrem ca sezonul cireșelor să fie unul care să le amintească cât mai multor consumatori de produsul nostru.

Ce mesaj le-ați transmite celor care vor să înceapă o astfel de afacere?

În primul rând, să pornească pe acest drum abia după ce își răspund la întrebarea: De ce vreau asta? Dacă motivul pentru care cineva vrea să investească într-o livadă de cireși este unul strict financiar și vor să facă profit peste noapte, atunci mai bine să se gândească de două ori sau să se îndrepte spre altceva. Spun asta pentru că acest tip de afacere necesită implicare, pasiune, dar și foarte multă răbdare. Dacă nu îți place ce faci, dacă nu ai răbdare și te interesează doar profitul, dacă nu ții cont de calitate, dacă nu vrei să aduci pe piață un produs care să cucerească prin gust, atunci poate că locul tău nu e aici, ci în alt domeniu. Consumatorul nu se va întoarce la produsul tău dacă nu este ce trebuie, dacă simte că este păcălit sau dacă nu simte că plătește nu doar pentru un produs, ci și pentru calitate.

www.facebook.com/ciresebioerika



Am ridicat ștacheta pentru întreaga industrie

Interviu cu Oana Toma și Adriana Toma, Fondatoare, Hadar Chalet



**Ce v-a determinat să vă orientați spre industria turismului?
Care este cea mai mare satisfacție pe care o obțineți din munca dumneavoastră în industria turismului și ce vă motivează să continuați să vă dedicați acestui domeniu?**

Activitatea de turism este o trăire, o experiență. Departe de casă și de mediul unde ne simțim în largul nostru, călătorim să învățăm lucruri despre alți oameni și despre noi, să ne testăm capacitatea de schimbare și să ne lărgim orizontul.

Amândouă am plecat devreme la studii și am fost puse exact în această situație: de a trăi departe de casă și a testa permanent lucruri noi, în medii noi, fie că vorbim de București, Chicago, Buenos Aires, Cape Town sau Paris.

Această parte din viața noastră ne-a învățat, printre altele, cum să creăm spații și experiențe pentru alți călători, care să le permită să se simtă confortabil, în timp ce experimentează lucruri și locuri noi.

La întoarcerea în țară, circumstanțele au făcut ca să ne putem pune pasiunea în scenă la Hadar, o fostă cabană de vânătoare a lui Nicolae Ceaușescu, transformând-o într-un butik hotel cu adevărat special, mai ales că acest lucru se întâmpla în 2012, atunci când nu exista turism de lux în România.

Cea mai mare satisfacție din ultimii 11 ani de turism (sau mai bine zis, primii) este faptul că am ridicat ștacheta pentru întreaga industrie și că am motivat și alți antreprenori să încerce lucruri noi în acest domeniu. Un exemplu este hambarul nostru de evenimente, primul din țară în 2015, dar în timp un exemplu pentru zeci de astfel de construcții, în toată țara.



Cum a decurs anul 2023 pentru Hadar Chalet? Cum a demarat acest an?

Anul 2023 a fost o încununare a activității noastre de până acum, o dovadă a constanței noastre în servicii excelente. Am susținut peste 50 de seri de evenimente festive, găzduind căsătoriile a zeci de cupluri, cât și nenumărate companii și familii care au dorit să petreacă timp de calitate împreună, într-un mediu natural, cu o echipă dedicată minunată. 2024 sperăm a fi un an similar, adaptându-ne continuu la necesitățile pieței și schimbările legislative.

Care sunt impresiile turiștilor români și străini? Ce le place cel mai mult la Hadar Chalet?

Hadar Chalet s-a diferențiat de la început prin localizare și mărimea proprietății: doar 14 camere și 50.000 de metri pătrați de grădină, în pădure, departe de orice sat, dar cu cele mai moderne facilități: teren de tenis, piscină exterioară, sală de jocuri, loc de joacă pentru copii, grădină Zen și sală de sport, sală de ședințe.

Pe parcurs, toți oaspeții au observat însă ceva aproape mai important: ospitalitatea noastră, o grijă imensă pe care o purtăm pentru toți cei care doresc să ne calce

pragul sau sunt cazați pe proprietate. Orice vizită este ca a unui prieten drag. Astfel, deși avem clienți care au călătorit în lumea întreagă, toți observă că serviciile sunt acel lucru pentru care merită să se întoarcă și să ne laude mai departe.

Cum au evoluat cerințele clienților și complexitatea cererilor turiștilor pe care le-ați coordonat, în ultimii ani?

Într-adevăr simțim că s-au întâmplat schimbări în ultimii ani, atât când vine vorba de evenimente cât și la cazări individuale. Pe de-o parte, se vede influența rețelelor sociale și “nevoia” de a fi “instagramabil” – să existe locuri și ocazii pentru poze care să facă înconjurul internetului. Pe de altă parte, creșterea nivelului alergiilor și solicitărilor de regimuri speciale. În același timp, vedem ceva ce a rămas neschimbat și suntem siguri că va rămâne întotdeauna: dorința oaspeților de a se relaxa, de a se simți bine, de a fi tratați bine.

În fiecare an găzduiți zeci de nunți. Prin ce se deosebește o nuntă organizată la Hadar Chalet?

Nunțile la Chalet sunt unice în România, din foarte multe motive. Acestea țin de

obicei treizeci zile și două nopți și sunt petreceri cu adevărat ca în povești: uiți de timp și de griji și te bucuri real de familia și de prietenii cu care te-ai înconjurat. În primul rând, proprietatea și serviciile noastre sunt perfect calibrate pentru o experiență complexă și fără cusur, chiar dacă aceasta durează câteva zile: 6 locații unde se poate lua masa, 5 locuri diferite pentru ceremonii, spații pentru pregătirile mirilor, multe ocazii de poze memorabile. În plus, echipa noastră are istoric și poate intuit foarte bine tot ce au nevoie mirii și invitații lor, înainte, în timp și după eveniment.

Din punct de vedere statistic, mai mult de 30% din turiștii români sunt tineri. Ce strategii aveți pentru atragerea acestora?

Fiecare loc ar trebui să gândească și să ofere o experiență anume, să fie cunoscut pentru un anumit lucru. Ce oferim la Hadar este povestit de cei care ne calcă pragul tuturor prietenilor – aceasta este promovarea noastră cea mai importantă. Pe cine atrage un astfel de weekend, cu siguranță ne va trece pragul cândva. Recunoaștem însă că nu vedem foarte rar oaspeți sub 28-30 de ani (în afară de copii,



desigur), probabil și pentru că tarifele noastre nu sunt cele mai accesibile și atmosfera este una foarte liniștită.

Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite un manager din industria turismului clienților săi?

Un hotel nu este doar o clădire – este o colecție de trăiri, un loc unde se interacționează constant, atât cu locul cât și cu alți oameni. Munca unui manager de hotel este să creeze cele mai bune momente pentru oaspeți, cât și pentru angajați. Aceștia din urmă transmit permanent, prin vorbele și acțiunile lor, ethos-ul proprietății și ei sunt în final realizatorii experienței oaspeților: curățenie, organizare, mâncare, atmosferă. Dacă un manager sau proprietar nu ar fi de încredere, acest lucru s-ar transmite direct în fiecare interacțiune cu clienții. De asemenea, cei care ne calcă pragul ne dau și un vot de încredere prin timpul petrecut și suma pe care o achită la final – fără a avea credibilitate în piață, acest lucru nu s-ar întâmpla.

Cum vedeți evoluția industriei turismului în România și care sunt principalele tendințe pe care le observați?

În ultimii 11 ani am fost martore la foarte multe schimbări, atât în industria turismului cât și în obiceiurile de consum ale clienților. Cea mai importantă schimbare a fost orientarea celor cu bugete mai mari pentru călătorii către mai multe excursii de weekend sau de o săptămână și în țara noastră – la începutul afacerii noastre, cei care ne călcau pragul spuneau că în mod obișnuit călătoresc doar în străinătate, nefiind mulțumiți de calitatea serviciilor, a cazărilor și a mâncării. La acel moment existau foarte puține variante interesante pentru ei, nemaifiind atrași de rusticul clasic al cabanelor existente sau de starea proastă a hotelurilor comuniste.

Între timp, desigur, oferta de locații moderne și renovate a crescut considerabil, atât în categoria de hoteluri mari și de lanț, cât și în zona self-service (Airbnb). Astfel, sume mai mari au fost dedicate și sejururilor în țară, fie că este vorba de Transilvania, Marea Neagră sau Delta Dunării. În ultimii patru ani am văzut o creștere impresionantă a numărului de locații noi,

am putea spune de lux. Dacă în 2012 era aproape imposibil să auzi de cazări care să coste peste 300-400 de euro pe noapte, în România există acum o selecție interesantă de proprietăți care se deschid cu dorința de a impresiona atât prin calitatea cazărilor, cât și cea a facilităților, de obicei SPA și Wellness. Acest lucru este unul binevenit și grozav pentru atragerea publicului străin și pentru schimbarea percepției despre țara noastră.

Orientarea către sănătate și petrecerea timpului cu copiii sunt două tendințe foarte importante și de luat în calcul pentru orice proprietate existentă sau în construcție, cât și propunerea de activități și experiențe creative și originale. Oaspeții își doresc să încerce lucruri noi, să aibă o vacanță activă și cu amintiri care vor rămâne multă vreme în poveștile de familie sau de cuplu.

Contact

www.hadarchalet.ro
rezervari@hadarchalet.ro

HADAR · CHALET
COMFORTABLE LUXURY



VINO ALĂTURI DE
NOI ȘI FII
STAR DE STAND-UP
PENTRU O SEARĂ!

DATA: 17 APRILIE 2024
ORA: 18:30 - 22:00
LOCAȚIE: LA MAMA MÎR

PREȚ BILET: 170 RON
www.dynamic-connections.eu



Coral Travel – unul dintre jucătorii importanți din turism în Europa, își consolidează poziția pe piața din România, care devine tot mai atrăgătoare pentru investitorii străini



Akin Bektaş, General Director, Coral Travel România

Anul 2023 a marcat intrarea pe piața din România a unuia dintre cele mai puternice holdinguri din Europa, cu activități dedicate în sfera turismului – Coral Travel Group, prezent în 22 țări și care gestionează an de an vacanțele a peste 3 milioane de turiști din întreaga lume. Această extindere strategică reprezintă o bornă importantă pentru dezvoltarea grupului.

După doar un singur sezon de operațiuni desfășurate în țara noastră, Coral Travel intră direct în topul touroperatorilor din România și are planuri mari pentru turiștii români. Încurajată de apetitul crescut al românilor pentru călătorii și având perspectiva unui sezon estival 2024 care va depăși semnificativ perioada pre-pandemică ca număr de turiști, compania își propune să dezvolte afacerile locale, să crească numărul de destinații din portofoliu și să aducă noi investiții în piața din România.

APETITUL TURIȘTILOR ROMÂNI PENTRU VACANȚE VA ATINGE APOGEUL ÎN 2024

Potrivit primului barometru mondial al World Tourism Organization (UNWTO) din acest an, turismul internațional a încheiat anul 2023 la 88% din nivelurile pre-pandemice, însumând peste 1,3 miliarde sosiri internaționale. Mai mult decât atât, toate proiecțiile indică faptul că 2024 va fi probabil cel mai bun an din istoria turismului la nivel mondial.

În acest context, și România se înscrie în trendul internațional și, după un an 2023 cu creșteri semnificative ale călătoriilor de leisure în cele mai iubite destinații – Turcia, Grecia, Egipt, Spania, Bulgaria – există toate premisele pentru ca sezonul estival din



Bun venit în lumea Coral Travel!

30 de ani de excelență turistică,
acum și în România!

acest an să fie unul de excepție. *“Începutul anului 2024 ne găsește extrem de optimiști în ceea ce privește activitatea filialei din România a Coral Travel. Suntem entuziasmați că după un prim sezon provocator, dar victorios, am reușit să organizăm vacanțele a peste 40.000 de turiști români, care ne-au oferit votul lor de încredere încă din primele luni de existență în această piață. Ne mândrim cu acest prim sezon în România, care, deși început destul de târziu din punct de vedere comercial - operațiunile noastre în România fiind lansate în martie 2023, fără a beneficia așadar de un volum semnificativ de vânzări Early Booking - a fost unul reușit, impunându-ne direct în topul touroperatorilor din România.”* declară Akin Bektaş, General Director, Coral Travel România. Compania are planuri mari pentru vacanțele românilor în următorul sezon estival, extinzându-și portofoliul de produse și crescând cu peste 50% numărul de locuri pe cursele charter cu avionul, comparativ cu sezonul anterior. *“În acest an vom continua operarea pe destinațiile consacrate în rândul turiștilor români: Antalya (Turcia), Hurghada (Egipt), Insula Creta și Insula Rodos (Grecia) și Tunisia, dar am adăugat și două noi destinații foarte râvnite de turiștii europeni și pe care ne propunem să le dezvoltăm și în România – Bodrum și*

Dalaman, riviera turcească fiind extrem de ofertantă pentru toate tipurile de vacanțe. De asemenea, vom avea un program extins de operare și pentru perioada de toamnă-iarnă, adăugând inclusiv destinații exotice precum Maldive, Zanzibar, Dubai sau Thailanda.” adaugă Akin Bektaş.

Totodată, compania anunță că extinde și operarea curselor charter de pe mai multe aeroporturi din România, având disponibile pentru vara acestui an pachete de vacanță cu zboruri directe din 10 orașe diferite: București, Cluj Napoca, Timișoara, Iași, Suceava, Oradea, Arad, Sibiu, Craiova, Baia Mare.

TURCIA ÎȘI CONSOLIDEAZĂ POZIȚIA FRUNTAȘĂ ÎN RÂNDUL DESTINAȚIILOR DE VACANȚĂ ȘI ÎN ACEST SEZON ESTIVAL

Tendențele anului 2024 în materie de destinații turistice s-au profilat deja, având în vedere că românii aleg să își planifice vacanțele cu mai mult timp în avans, beneficiind astfel de reduceri semnificative de până la 50-60%, în regim Early Booking. Destinațiile alese de români pentru vacanța de vară din acest an continuă tendințele ultimei perioade. *“Antalya ocupă primul loc în topul preferințelor turiștilor care au ales pachetele Coral Travel, urmată de Egipt – o destinație*

extrem de ofertantă atât în extrasezon, cât și în sezonul estival. Datorită cererii crescute am și luat decizia de a da start anul acesta sezonului charterelor încă din prima săptămâna a lunii aprilie.” adaugă Akin Bektaş.

Cu toate că a crescut numărul de cereri, tarifele oferite de agențiile de turism pentru vacanțe all inclusive, la hoteluri de 4 și 5 stele, pe malul mării, sunt foarte avantajoase și adaptate pentru toate buzunarele. Reducerile în system Early Booking vor continua și în luna martie. Astfel, un pachet complet cu zbor, cazare și transfer la hotel în Antalya începe de la doar 272 euro/persoană.

În ceea ce privește hotelurile alese preponderant de români în Turcia, se observă și aici un focus mai mare pentru hotelurile cu un raport optim calitate-preț, în regim all inclusive, amplasate pe plajă și care oferă facilități dedicate familiilor cu copii. *“Reușim să ne diferențiem semnificativ pe piața din România, prin faptul că suntem un touroperator complet, avem tot lanțul de servicii turistice asigurate intern, “all-in-one”, prin puterea Coral Travel Group, care deține mai multe divizii, printre care agenții locale în 14 destinații turistice de top (prin Odeon Tours), dar și 3 lanțuri hoteliere de top (prin Coral Group Hotels) – Marvida, Seven Seas și Xanadu - care numără 26 de unități*

“**Începutul anului 2024 ne găsește extrem de optimiști în ceea ce privește activitatea filialei din România a Coral Travel. Suntem entuziasmați că după un prim sezon provocator, dar victorios, am reușit să organizăm vacanțele a peste 40.000 de turiști români, care ne-au oferit votul lor de încredere încă din primele luni de existență în această piață.**



hoteliere în Turcia, Egipt, Grecia, Tunisia și Vietnam. În plus, suntem bucuroși să anunțăm că începând cu vara acestui an, în cele mai populare hoteluri Coral Group din Turcia, sub conceptul Coral Family Club vom oferi programe educaționale și de animație pentru copii în limba română.” completează Akin Bektaş.

PARTENERIATELE STRATEGICE ȘI O DOZĂ DE CURAJ PAR A FI REȚETA SUCCESULUI ÎN TURISM.

Una dintre provocările majore ale touroperatorilor locali în ultima perioadă pare a fi găsirea partenerilor aviatici pentru organizarea curselor charter, deoarece companiile aeriene prezente pe piața locală se concentrează tot mai mult pe curse de linie, iar numărul aeronavelor disponibile este limitat. În acest context, Coral Travel a reușit în anul 2023 să inițieze și să dezvolte un parteneriat strategic important cu unul dintre jucătorii în ascensiune din piața companiilor aeriene locale – compania Fly Lili – alături de care operează cea mai mare parte a curselor charter și în acest sezon. În plus, încă din primul an de operare, Coral Travel alături de Fly Lili au avut îndrăzneala de a ieși din tipare și de a organiza toate cursele charter din București de pe Aeroportul Băneasa. Un aeroport aflat o lungă perioadă în reabilitare, așadar în afara circuitului comercial și care astfel a fost

redat turismului. “Ne bucură nespus că am reușit încă din 2023 să revitalizăm un frumos aeroport monument al României și să îl reintroducem în circuitul turistic. Aeroportul Băneasa oferă numeroase beneficii turiștilor noștri prin prisma proximității de centrul orașului, dar mai cu seamă datorită faptului că este mult mai liber comparativ cu Aeroportul Otopeni și asta reduce timpii de așteptare pentru pasageri atât la check-in, cât și pe tot parcursul îmbarcării / debarcării.” mai spune Akin Bektaş.

DESPRE CORAL TRAVEL

Cu o bogată experiență de peste 30 de ani în domeniul turismului la nivel internațional, Coral Travel se impune ca brand de top în industrie, iar începând cu anul 2022, Coral Travel Group (cunoscut anterior sub denumirea de OTI Holding) a inaugurat o filială nouă în România - Coral Travel România.

Înființat în 1992 în Turcia, grupul a avut o evoluție continuă, iar astăzi desfășoară activități diverse din domeniul turismului și conexe în 37 de companii din 22 de țări, gestionate de o echipă profesionistă ce numără aproximativ 5.000 de angajați din 25 de naționalități diferite. Coral Travel Group activează în diverse sectoare precum: servicii de touroperare, agenții de turism, servicii de cazare și

administrare hotelieră, servicii și asistență turistică la destinație, aviație, tehnologia informației și consultanță în securitate. Coral Travel, touroperator de renume în Europa Centrală și de Est, reprezintă brandul principal al grupului și operează propriile agenții organizatoare în 13 țări, inclusiv Germania, Polonia, Cehia, Elveția, Ucraina, Letonia, Lituania, Estonia, Turcia și România. Ne mândrim cu contribuția semnificativă avută în crearea unor experiențe de neuitat călătorilor din întreaga lume. În ultimul an, am beneficiat de încrederea unui număr impresionant de peste 3 milioane de turiști, iar de-a lungul timpului Coral Travel a organizat vacanțele a peste 30 de milioane de călători. Cu o echipă dedicată și profesionistă, Coral Travel Romania se angajează să ofere servicii de excelență și experiențe memorabile clienților. Viziunea noastră principală este aceea de a ne remarca în cadrul select al liderilor din piața de turism locală, prin oferirea de pachete turistice inovatoare, adaptate cerințelor și dorințelor variate ale călătorilor. Suntem mândri de valorile noastre fundamentale, orientate către satisfacția clientului, integritatea și inovația constantă. În calitate de membru al Coral Travel Group, ne angajăm să redefinim standardele serviciilor turistice din România, consolidându-ne poziția de jucător-cheie pe piață.



Coraltravel

RIXOS
HOTELS

DESCOPERĂ LUXUL

Oferte exclusive
doar la Coral Travel

In **LOVE**
with RIXOS



Rezervă acum

www.coraltravel.ro | 0(31) 490 50 50



Brandul Diva Pearls este în ascensiune de la an la an, semn că femeile iubesc bijuteriile valoroase

Interviu cu Anca Tomescu, Fondator, Diva Pearls

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

Nu am planificat acest bussines. Profesia mea este aceea de avocat, o profesie liberă și independentă, unde sunt înconjurată mereu de oameni, am acces la poveștile lor de viață și pot să îi cunosc dincolo de aparențele cotidiene.

În egală măsură îmi plac foarte mult și călătoriile. Brandul Diva Pearls a fost conceput după o călătorie în Asia (2018), cea mai mare piață de perle din lume. Inspirată de grandoarea și feminitatea perlelor, mi-am dorit un brand concentrat

pe crearea unor bijuterii care să îmbine tradiția și eleganța clasică cu stilul contemporan.

Așadar, pasiunea pentru perle și dorința de a aduce unicitate și frumusețe în lumea bijuteriilor cu perle au fost principalele surse de inspirație din spatele brandului Diva Pearls.

Cum descrieți conceptul din spatele Diva Pearls și cum se reflectă acesta în bijuteriile create?

Conceptul din spatele Diva Pearls se axează pe eleganța și rafinamentul perlelor de calitate, îmbinate cu designul contemporan

și metalul prețios, aurul. Piața bijuteriilor cu perle este saturată de bijuterii fără valoare, tot ce mi-am dorit este de a aduce perlele alături de un metal prețios pentru a oferi o experiență luxuriantă și unică purtatoarei. Aspectul distinctiv al brandului Diva Pearls este capacitatea sa de a îmbina tradiția și eleganța clasică cu un aer modern și contemporan, oferind astfel bijuterii care se pot potrivi atât pentru un eveniment special, cât și unei ținute de zi cu zi, bijuterii rafinate ce își păstrează valoarea în timp.

În ce fel influențează bijuteriile starea de bine și feminitatea unei femei?

Bijuteriile pot influența starea de bine și feminitatea în mai multe feluri. În primul rând, purtarea unei bijuterii preferate poate ridica moralul și încrederea în sine, contribuind la o stare de bine generală. Bijuteriile pot servi ca o formă de exprimare personală și pot accentua feminitatea unei femei, oferindu-i un sentiment de încredere. Perlele sunt asociate cu grația și eleganța, astfel că ele adaugă o notă de rafinament și stil oricărei ținute. Bijuteriile Diva Pearls nu sunt doar accesorii, ele sunt elemente ce pot spori starea de bine și feminitatea prin simbolismul perlei și valoarea aurului.

Care sunt cele mai vândute bijuterii? Din ce colecții?

Cele mai vândute bijuterii sunt brățările și colierele tennis cu perle. Bijuteriile tennis cu diamante au făcut istorie încă din 1978, însă cele cu perle sunt o noutate și sunt creații unice ale brandului Diva Pearls, cu un design unic și rafinat. Brățara și colierul tennis pot fi recunoscute prin modul în care perlele sunt așezate în linie, pe toată suprafața bijuteriei. Inspirația acestor bijuterii au fost clientele





noastre, femeii ce și-au dorit să fie diferite, iar într-o lume a diamantelor au ales perlele.

În topul celor mai vândute bijuterii sunt și bijuteriile emblema casei. Ele fac parte din colecția Signature, iar fiecare piesă ce face parte din această colecție este o dovadă a eleganței și rafinamentului. Detaliul "vedetă", al acestei colecții este o piesă centrală care întruchipează esența luxului rafinat: delicata perla ce are încrustată monograma casei, literele DP. O altă colecție îndrăgită de clientele noastre este și colecția Divine Love, unde simbolul inimă este elementul central.

Avem mândria că bijuteriile din aceste colecții sunt purtate de femei puternice, din toate domeniile, de vedete autohtone, antreprenori de succes etc.

Ce colecții pregătiți în perioada următoare?

Invit toate femeile, în egală măsură și domnii, să facă parte din Universul Diva Pearls, abonându-se pe site-ul www.divapearls.ro la newsletter și vor primi noutăți cu surprizele ce le avem pregătite pentru perioada următoare. Am pregătit creații și colecții speciale pe care abia aștept să le împărtășesc cu voi!

Cum vedeți evoluția Diva Pearls în viitor și ce direcție vă propuneți să urmați cu acest brand?

Brandul Diva Pearls este în ascensiune de la an la an, semn că femeile iubesc bijuteriile valoroase și încep să renunțe la cele plătite cu

aur, preferă să investească în bijuterii premium ce nu își pierd valoarea în timp.

Pe lângă magazinul online www.divapearls.ro, avem și magazine fizice în Slatina și Brașov. Spre surprinderea mea, am avut câteva solicitări de a oferi spre franciză brandul Diva Pearls. Îmi doresc în viitor și alte magazine fizice deschise, atât în România cât și în străinătate.

Sunt însă multe elemente de care un antreprenor trebuie să țină cont: de la strategie, plan de business, decizia de a franciza, până la ceea ce se livrează, calitatea produselor, totul pentru ca un business să aibă șanse să fie unul de lungă durată. Mă consider un începător ca om de business, dar cu perseverență și muncă voi reuși ușor, ușor tot ceea ce mi-am propus.

Ce feedback primiți de la comunitatea dumneavoastră și cum contribuie aceasta la evoluția Diva Pearls?

În primul rând, la Diva Pearls nu prea există cuvântul retur, situație ce mă determină să afirm obiectiv că feedback-ul este pozitiv.

Comunitatea Diva este alcătuită din femei de pretutindeni și primim cu drag sugestiile acestora de posibile modele, pe care acestea le găsesc în piața de bijuterii, însă din argint sau suflate cu aur. Încercăm să ținem cont de solicitările doamnelor în colecțiile noastre. Cert este că evoluția Diva Pearls se datorează femeilor care au ales calitatea premium, care au înțeles că o bijuterie valoroasă va dăinui și poate fi lăsată moștenire. Clientele noastre sunt educate, aleg întotdeauna calitatea și nu cantitatea, aleg perlele premium, alături de metalul prețios. Am uitat să menționez domnii, spre bucuria noastră avem numeroși clienți ce aleg cadourile prețioase de la Diva Pearls, pentru femeile din viața lor, iar pe această cale le mulțumim că au încredere în noi.

“Avem mândria că bijuteriile din aceste colecții sunt purtate de femei puternice, din toate domeniile, de vedete autohtone, antreprenori de succes etc.”

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

Valorile noastre fundamentale sunt eleganța, calitatea, inovația și creativitatea. Produsele noastre sunt create cu o atenție deosebită la detalii și design, reflectând un stil sofisticat și rafinat.

Utilizarea materialelor de cea mai înaltă calitate și procesele de producție meticuloase garantează produse de o calitate superioară, pe care clienții noștri o remarcă imediat.

La Diva Pearls ne angajăm să inovăm prin design și să aducem elemente creative și contemporane în produsele noastre, fără a compromite eleganța.

Produsele noastre sunt de încredere, tocmai de aceea clienții revin întotdeauna și aleg bijuteriile Diva Pearls.

Care sunt planurile și obiectivele pe termen lung ale Diva Pearls?

Tot ce pot spune la acest moment este că Diva Pearls își propune să își consolideze poziția pe piața bijuteriilor cu perle, respectiv în piața bijuteriilor de lux, extinzându-și prezența și diversificând gama de produse.

Obiectivele mele pe termen lung includ: parteneriate strategice, astfel încât Diva Pearls să devină o marcă recunoscută ușor de iubitorii de perle, extinderea ofertei de produse pentru a satisface preferințele diverse ale clienților și inovare prin design. Prin aceste obiective, îmi doresc ca Diva Pearls să devină o marcă de referință în industria bijuteriilor cu perle, în industria bijuteriilor de lux, oferind produse de cea mai înaltă calitate și menținând standarde ridicate de responsabilitate față de clienții noștri.

Cum vă imaginați Diva Pearls influențând modul în care oamenii percep și apreciază bijuteriile?

Diva Pearls influențează modul în care oamenii percep bijuteriile cu perle, astfel că toți clienții observă cu ușurință că bijuteriile noastre au un design contemporan, sofisticat și revin mereu cu alte comenzi. Am primit recenzii pozitive



prin care clienții ne comunicau faptul că în viziunea lor bijuteria cu perle era purtata exclusiv de o femeie matură, însă la Diva Pearls prin colecțiile noastre au avut acces la bijuterii de bebeluși, de adolescente adaptate noilor tendințe, versatile și astfel au înțeles că bijuteria cu perle poate fi la modă oricând.

Îmi doresc ca Diva Pearls să redefinească standardul de frumusețe și eleganță în lumea bijuteriilor cu perle, inspirând oamenii să caute și să aprecieze mai mult calitatea, să achiziționeze responsabil bijuterii și să poarte accesorii prețioase.

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

Există mai multe motive pentru care ar fi o alegere excelentă să alegi bijuteriile cu perle de pe divapearls.ro atunci când vrei să oferi cadouri:

1. Calitate superioară: Produsele Diva Pearls sunt fabricate folosind perle atent culese, iar alături de materialul prețios și solid, aurul, garantăm bijuterii durabile și frumoase.
2. Design sofisticat: Bijuteriile Diva Pearls sunt create cu o atenție deosebită la detalii și un design rafinat, ceea ce le face cadouri elegante și de impact.
3. Variație de produse: Pe divapearls.ro vei găsi o gamă variată de bijuterii, de la coliere și cercei, la brățări și inele, astfel încât să poți găsi cu ușurință cadoul perfect pentru oricine.



4. Opțiuni personalizate: Unele produse sunt personalizate cu emblema casei, permițându-și să adauge o notă specială și personală cadoului tău, vezi colecția Signature pe www.divapearls.ro.
5. Experiența de cumpărături online: Platforma divapearls.ro oferă o experiență de cumpărături online convenabilă și sigură, fără stresul căutării în magazine fizice, iar dacă cumpărăturile de bijuterii online nu sunt opțiune ne puteți vizita magazinele fizice din Slatina și Brașov.

În concluzie, bijuteriile de pe www.divapearls.ro sunt o alegere excelentă pentru cadouri datorită calității lor superioare, fiecare perle fiind atent aleasă, designului sofisticat și varietatea de produse disponibile, toate oferă o experiență de cumpărături plăcută și satisfăcătoare pentru orice ocazie specială.

Ne puteți vizita pe www.divapearls.ro sau în magazinele fizice din Slatina și Brașov să experimentați noblețea și eleganța cu selecția noastră de bijuterii cu perle naturale.



DIVA PEARLS

Shop online : www.divapearls.ro
 Locații: Slatina, B-dul A.I.Cuza, nr.14 și
 Brașov, Str. Michael Weiss, nr.19
 Telefon: 0799. 127. 127
 Email: office@divapearls.ro

my Geisha

YOU CAN SAVE TIME IN A BOTTLE

ANTI-AGING FORMULA
FOR EVERY GENERATION



Green is Better: Transformarea Tipografiei prin Sustenabilitate

În industria tipografică actuală, responsabilitatea față de mediu nu mai este doar o alegere, ci o necesitate recunoscută, ce oferă avantaje palpabile atât pentru noi cât și pentru clienții noștri. Prin dedicarea noastră permanentă către practici sustenabile, ne-am îmbogățit portofoliul de produse, am protejat resursele naturale și am optimizat eficiența în timpii dar și costurile de producție.

OBȚINEREA CERTIFICĂRII FSC: UN ANGAJAMENT PENTRU VIITOR

Tipografia Global Print anunță că în acest an a reușit obținerea unui reper important, certificarea FSC. Aceasta reprezintă o recunoaștere globală a angajamentului lor pentru utilizarea responsabilă a resurselor forestiere, asigurând că hârtia și cartonul pe care le folosesc provin din păduri gestionate

în mod sustenabil. Aceasta este o piatră de fundament atât pentru tipografie cât și pentru partenerii acestora care valorizează sustenabilitatea și doresc să contribuie activ la protejarea mediului.

Investițiile în tehnologii de vârf au permis compensarea costurilor materialelor sustenabile, menținând-se astfel prețuri accesibile pentru colaboratori, fără a compromite calitatea sau performanța produselor finale.

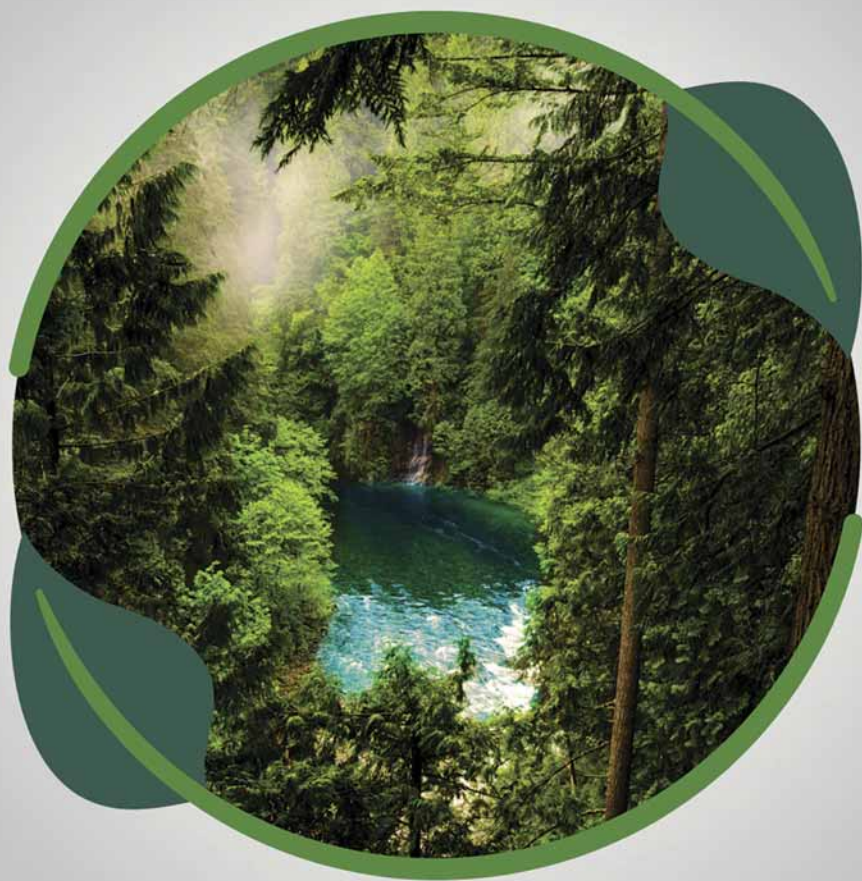
ESG DEVINE PARTE IMPORTANTĂ ÎN STRATEGIA NOASTRĂ DE SUSTENABILITATE PE TERMEN MEDIU ȘI LUNG

Pe lângă adoptarea certificării FSC, un țel viitor este și obținerea importantei certificări ESG (Environmental, Social, and Governance), care evaluează performanța unui business cu privire la protecția mediului, responsabilitate socială și guvernanta corporativă. Integrarea criteriilor ESG în activitatea Tipografiei Global Print nu doar că îmbunătățește sustenabilitatea operațională, dar și consolidează relația cu clienții și partenerii care împărtășesc aceste valori esențiale. Acest angajament ajută la construirea unei afaceri responsabile și la contribuirea unui viitor mai verde și mai echitabil.

CERNEALA ECOLOGICĂ ȘI TEHNOLOGIA AVANSATĂ

Instalarea echipamentelor tipografice certificate ECOLOGO marchează un alt pas important în direcția sustenabilității. Această certificare atestă că produsele sunt realizate în conformitate cu unele dintre cele mai stricte standarde de protecție a mediului.

Un exemplu reprezentativ este Durst P5 250WT, o inovație recentă adusă în premieră pe piața din România de către Tipografia Global Print. Acest sistem a





obținut certificarea ECOLOGO datorită formulei ecologice a cernelii, care exclude substanțele periculoase și toxice precum substanțe volatile, metale grele, ftalați sau alți plastifianți, etc. Formula pe bază de apă a cernelii, îmbogățită cu inovații tehnologice de ultimă oră, previne transferul de substanțe nocive, fiind astfel ideală pentru aplicarea pe ambalajele produselor alimentare comercializate în Europa, Statele Unite ale Americii și Elveția. Prin urmare, cerneala utilizată în cadrul sistemului Durst P5 250WT este garantată ca fiind sigură și nepericuloasă, evitând utilizarea substanțelor cu potențial de risc, a compușilor volatili, metalelor grele, ftalaților sau a altor plastifianți care ar putea afecta mediul sau sănătatea persoanelor care intră în contact cu produsele. O altă achiziție de anvergură realizată în 2022 este printorul premiat la nivel European în categoria Flagship - Durst P5 350, conceput special pentru printare pe carton ondulat. Acest echipament este esențial pentru crearea display-

urilor POSM, standurilor și a unei game variate de materiale de trade marketing și semnalistică, adaptându-se atât nevoilor materialelor rigide, precum cartonul ondulat, PVC-ul și derivate de lemn, cât și cerințelor materialelor flexibile, incluzând backlit-ul, textilele și hârtia pentru afișe. Procesul de imprimare utilizează cerneală UV de ultimă generație, iar etapa de uscare beneficiază de tehnologia LED, care înlocuiește lămpile uzuale cu mercur, caracteristică imprimantelor de generații anterioare. Tehnologia LED se distinge prin eficiența energetică superioară, consumând până la 60% mai puțină energie electrică decât lămpile tradiționale cu mercur și reducând semnificativ poluarea. Prin urmare, **printerele industriale Durst recent instalate de Global Print marchează un progres remarcabil în calitatea vizuală a produselor, optimizând în același timp consumul energetic pentru fiecare proiect realizat.** Aceste inițiative, împreună cu investiția în surse de energie regenerabilă, cum ar fi panourile

“
Integrarea criteriilor ESG în activitatea Tipografiei Global Print nu doar că îmbunătățește sustenabilitatea operațională, dar și consolidează relația cu clienții și partenerii care împărtășesc aceste valori esențiale.

fotovoltaice și pompele de caldură, subliniază viziunea tipografiei de a optimiza consumul de energie în beneficiul mediului înconjurător.

CONCLUZIE: O CĂLĂTORIE CONTINUĂ CĂTRE SUSTENABILITATE

Responsabilitatea ecologică în tipografie și marketing este acum un standard de bază al industriei. Cu fiecare decizie informată și acțiune responsabilă, avansăm în a reduce amprenta ecologică și de a susține dezvoltarea sustenabilă. În calitate de lideri în industrie, este esențial să rămânem angajați în această călătorie, asigurând un impact pozitiv asupra mediului înconjurător.


globalprint
...it's all about timing

Ritmul de derulare a marilor proiecte de investiții în spitale trebuie accelerat

Interviu cu Bogdan Vlădică, Fondator, Sarimed Ltd.

Sarimed Ltd. oferă soluții la cheie "Turn Key Projects" și are ca obiect de activitate "Consultanță pentru afaceri și management medical". Cum apreciați ritmul în care se derulează marile programe de investiții în acest sector – construcția și modernizarea spitalelor?

Evaluarea ritmului programelor de investiții în construcția și modernizarea spitalelor poate depinde de contextul specific al fiecărui proiect și de implementarea acestora la nivel local sau național. Este important să monitorizăm progresele, transparența și eficiența utilizării resurselor pentru a asigura dezvoltarea corespunzătoare a infrastructurii medicale. În analiza ritmului programelor de investiții în sectorul sănătății, se pot lua în considerare indicatori precum timpul de implementare, conformitatea cu standardele de calitate, implicarea comunității și transparența în cheltuirea fondurilor. Evaluarea periodică a progreselor poate identifica eventualele probleme și permite ajustări pentru a asigura succesul și beneficiile durabile ale investițiilor în infrastructura medicală.

Trebuie să atrag atenția asupra unei situații și mai exact asupra infrastructurii medicale actuale, care este nu veche ci foarte veche, ieșind de foarte mult timp din garanție sau din viața normată a unei clădiri cu acest specific. Acest fenomen duce pe fond la un act medical desfășurat cu greutate și pentru a îndeplini unele cerințe clinice ca de exemplu: circuite medicale funcționale, unde la ora actuală sunt necesare improvizatii. Aceste improvizatii cum s-au văzut și în timpul pandemiei, au avut rezultate dezastruoase.

Revenind la marile programe de investiții, timpul de implementare, cel puțin în cadrul PNRR devine foarte scurt și există riscul ca o parte din aceste fonduri, după expirarea



termenului de implementare a noilor obiective medicale să se transforme în împrumuturi care în viitor vor pune o presiune suplimentară pe bugetul țării.

Este mai mult decât o certitudine că ritmul de derulare trebuie accelerat, știind faptul că toate procedurile de achiziție publică la acest nivel necesită timp pentru o evaluare atentă și corectă. Practic de la publicarea anunțului în sistemul național de achiziții publice și începerea practică a lucrărilor, poate să treacă și un an de zile. Apoi există riscul ca documentația depusă inițial să fie depășită sau subevaluată, așa cum se întâmplă de cele mai multe ori chiar și în cadrul studiilor de fezabilitate, care practic sunt "certificatul de naștere" a unui proiect, ceea ce duce la un timp suplimentar pentru refacerea/actualizarea studiilor de fezabilitate. O soluție pentru scurtarea acestui timp "mort" ar fi ca în procedurile de achiziție publică pentru infrastructura de uz medical să fie

implementat un sistem: **Proiectare + Execuție + Dotare = Turn key Project.**

Cum vedeți parteneriatul autorității locale - Executiv - consultanți pentru accesarea fondurilor puse la dispoziție și pentru ca timpul în care se realizează investițiile să fie unul rezonabil?

Parteneriatul între autoritățile locale, Executiv și consultanți este esențial pentru accesarea fondurilor și realizarea investițiilor într-un timp rezonabil. O colaborare strânsă poate facilita procesul și poate aduce beneficii multiple:

Experiența și Cunoștințele diversificate:

Autoritățile locale aduc expertiza în nevoile comunității, Executivul aduce perspectiva strategică, iar consultanții aduc expertiza în gestionarea proiectelor și accesarea fondurilor. Colaborarea valorifică aceste cunoștințe diverse.

Eficiența în Procesul de Decizie: Comunicarea eficientă între toate părțile implicate poate accelera procesul de luare a deciziilor, evitând blocajele și întârzierile nejustificate.

Conformitatea cu Reglementările: Consultanții pot ajuta la înțelegerea și respectarea cerințelor legale și a standardelor, asigurând conformitatea proiectelor cu normele impuse de sursele de finanțare.

Managementul Riscurilor: Prin implicarea consultanților în identificarea și gestionarea riscurilor, se pot evita problemele neașteptate, asigurând succesul proiectului și respectarea termenelor.

Transparența și Responsabilitatea: Un parteneriat solid contribuie la transparența în gestionarea fondurilor și la asumarea responsabilității pentru rezultatele proiectului. Pentru un timp rezonabil al investițiilor, este crucială definirea clară a obiectivelor, planificarea riguroasă și monitorizarea eficientă a progresului. O colaborare eficientă

Între toate părțile poate duce la soluții inovatoare și la implementarea proiectelor într-un mod eficient și transparent.

De asemenea, implicarea activă a comunității locale în procesul de planificare și luare a deciziilor poate contribui la o mai bună înțelegere a nevoilor specifice și la asigurarea susținerii pe termen lung a proiectelor. Consultările publice și feedback-ul comunității pot influența deciziile într-un mod pozitiv și pot evita potențialele probleme sau rezistențe în implementare.

Un proces de monitorizare continuă a proiectului, cu rapoarte regulate și evaluări periodice, poate ajuta la identificarea devierilor și la implementarea ajustărilor necesare într-un stadiu incipient, prevenind întârzierile majore. În ceea ce privește accesarea fondurilor, consultanții pot juca un rol crucial în identificarea și aplicarea pentru diverse surse de finanțare disponibile. O planificare strategică alocată pentru depunerea cererilor și îndeplinirea tuturor criteriilor poate crește șansele de succes în obținerea fondurilor necesare.

În final, comunicarea deschisă și colaborarea constantă între toate părțile implicate, împreună cu o gestionare eficientă a proiectului, pot contribui semnificativ la realizarea investițiilor într-un timp rezonabil și la succesul pe termen lung al proiectelor de infrastructură locală.

Pe lângă aspectele menționate, adoptarea tehnologiilor moderne de gestionare a proiectelor poate contribui la eficientizarea procesului. Sistemele informatice integrate, care permit monitorizarea în timp real a progresului, alocarea eficientă a resurselor și identificarea rapidă a potențialelor obstacole, pot optimiza gestionarea proiectului.

De asemenea, transparența în utilizarea fondurilor și în procesul decizional poate fi sporită prin implicarea cetățenilor în cadrul platformelor online sau prin organizarea de ședințe de informare și consultare.

Colaborarea cu sectorul privat poate aduce expertiză suplimentară și resurse financiare, contribuind la implementarea proiectelor într-un mod mai rapid și eficient.

Este esențial ca autoritățile locale să identifice și să elimine potențialele blocaje administrative și birocratice care ar putea încetini procesul de implementare a proiectelor.

Prin adoptarea unei abordări integrate, care include colaborarea strânsă între toate părțile



implicate, utilizarea tehnologiilor moderne, implicarea comunității și eliminarea obstacolelor administrative, autoritățile pot să optimizeze procesul de accesare a fondurilor și să realizeze investiții într-un timp rezonabil, contribuind astfel la dezvoltarea durabilă a comunității locale.

Ce specific au șantierele de spitale, din punct de vedere al respectării tuturor standardelor ISU, arhitecturale, spitalicești etc?

Șantierele de spitale trebuie să respecte norme stricte stabilite de Inspectoratul pentru Situații de Urgență (ISU), norme arhitecturale și standarde specifice din domeniul medical. Acestea includ aspecte precum siguranța la incendiu, facilitățile medicale și accesul pentru persoanele cu dizabilități. Planificarea și implementarea sunt supravegheate atent pentru a asigura conformitatea cu standardele legale și pentru a crea un mediu sigur și funcțional pentru pacienți și personalul medical.

În cadrul șantiierelor de spitale, respectarea standardelor ISU este esențială pentru garantarea siguranței în caz de incendiu. Aceasta implică implementarea unor sisteme avansate de detecție a incendiilor, evacuare eficientă a persoanelor și dotarea cu

echipamente de stingere a incendiilor.

Din perspectiva arhitecturală, construcția spitalelor trebuie să respecte planificări specifice, asigurând separarea corectă a zonelor critice, precum blocurile operatorii sau unitățile de terapie intensivă. De asemenea, se acordă atenție maximizării eficienței spațiului și facilităților medicale, ținând cont de ultimele tendințe în tehnologia medicală.

Normele spitalicești includ aspecte precum igiena strictă, circulația aerului steril în anumite zone și dotarea adecvată a sălilor de operație și a altor facilități medicale. Asigurarea accesului pentru persoanele cu dizabilități este, de asemenea, o prioritate, cu rampe și facilități specifice pentru a permite mobilitatea adecvată.

În concluzie, șantierele de spitale necesită o abordare integrată, având în vedere atât aspectele legate de siguranța la incendiu și normele arhitecturale, cât și cele specifice domeniului medical, pentru a crea unități medicale funcționale și sigure.

Pe lângă aspectele menționate anterior, proiectarea și construcția spitalelor implică și alte considerații esențiale. Planificarea eficientă a spațiului este crucială pentru a optimiza fluxul de pacienți și personal medical, asigurând un mediu de lucru eficient. De asemenea, este important să se integreze tehnologii avansate pentru gestionarea datelor

medicale și pentru a facilita comunicarea între diferitele departamente ale spitalului. În ceea ce privește standardele ISU, se acordă o atenție deosebită construcției materialelor rezistente la foc, instalațiilor de iluminat de urgență și căilor de evacuare bine semnalizate. Infrastructura trebuie să fie concepută pentru a face față situațiilor de urgență, inclusiv disponibilitatea surselor de energie de rezervă.

Proiectele de construcție a spitalelor necesită adesea colaborarea strânsă a specialiștilor din domeniul medical, arhitectural și al securității pentru a îndeplini toate cerințele. De asemenea, este important să se țină cont de evoluțiile tehnologice și schimbările în cerințele medicale pentru a asigura flexibilitatea și adaptabilitatea clădirii în timp. În ansamblu, procesul de construcție a spitalelor trebuie să abordeze un spectru larg de aspecte, pornind de la infrastructura tehnică până la aspecte umane și medicale, pentru a oferi un mediu sigur, funcțional și adecvat pentru îngrijirea pacienților.

Standardele internaționale impun folosirea unor pereți de cameră curată de sticlă pentru zonele critice din spitale (bloc operator, terapie intensivă, etc). Se produce această sticlă și în România? Dacă nu, de la ce furnizori externi se achiziționează?

În România, construcțiile spitalicești se ghidează după normativul NP015-2022, unde sunt descrise standardele și normele de aplicare. Pereții de camere curate pentru zonele critice au un rol major în efectuarea unui act medical de calitate. Putem spune că s-a ajuns la ora actuală ca prin intermediul acestor pereți de camere curate să putem implementa tehnologie de secol 21. Pereții de camere curate sunt de mai multe tipuri, dar în ultima perioadă tehnologia de producție permite utilizarea unor pereți de camere curate din sticla care sunt net superiori soluțiilor modulare existente. Aici vă pot oferi câteva exemple: Pereții de sticlă modulari sunt rezistenți la impact, zgârieturi, lovituri accidentale, ceea ce în cazul pereților modulari din Inox, Hpl nu prea se aplică. Pereții modulari de sticlă pot îngloba foarte multă tehnologie medicală iar în cazul unei intervenții pentru o mentenanță service, cu această soluție nu se indisponibilizează o sală

de operație ca de exemplu: pentru o perioadă lungă de timp ca în cazul unor panouri de inox unde substructura conține și gips carton, necesitând astfel niște lucrări suplimentare și implicit costuri. Sistemul modular de sticlă este practic un sistem de tip lego, se scoate panoul de sticlă, se intervine service și se reinstalează panoul de sticlă. Pereții de camere curate din sticlă nu își modifică forma sau culoarea în timp datorită utilizării soluțiilor de dezinfecție la nivel de spital. Momentan în România nu se produce acest tip de sticlă pentru spitale. Din câte știu eu, unul din furnizorii de pereți modulari pentru camere curate este o companie din Germania, care pe lângă sistemul modular oferă și partea de proiectare care este foarte importantă în cadrul derulării unui proiect. Practic producătorul de pereți modulari de sticlă vine cu 1-3 teme de proiectare (fără costuri ascunse sau suplimentare) în diferite nuanțe de culori, desene și tematică, iar beneficiarul își poate alege o soluție customizată.

Viitoarele spitale trebuie să beneficieze de un sistem de tip BMS (Building Management System – Sistem de management integrat al unei clădiri) care oferă control asupra costurilor de întreținere a clădirilor. Cât de greu se obțin aceste certificări?

Proiectarea și implementarea unui sistem BMS implică adesea integrarea diverselor subsisteme, cum ar fi controlul temperaturii, iluminatul și securitatea. Certificările pot include aspecte legate de gestionarea eficientă a energiei, monitorizarea și controlul emisiilor, precum și securitatea sistemelor informatice. Procesul poate varia în funcție de dimensiunea și complexitatea clădirii, iar colaborarea cu furnizori specializați și consultanți în eficiența energetică este crucială pentru a atinge obiectivele propuse și a obține certificările dorite.

Sistemele de management al clădirilor (BMS) au aplicații variate în spitale, contribuind la eficiența operațională și oferind un mediu optim pentru îngrijirea pacienților. Iată câteva moduri în care BMS se aplică în spitale:

Controlul Temperaturii și Ventilației: BMS poate monitoriza și controla sistemele de încălzire, ventilație și aer condiționat, asigurând condiții confortabile în săli de operație, saloane și alte spații critice.

Iluminat Eficient: Sistemele BMS pot gestiona iluminatul în funcție de necesități, reducând consumul de energie în zonele neutilizate și asigurând nivelurile adecvate de lumină în zonele de lucru.

Monitorizarea Consumului Energetic: BMS poate colecta și analiza datele privind consumul de energie în timp real, facilitând identificarea și corectarea rapidă a problemelor și contribuind la eficiența energetică a clădirii.

Securitatea Clădirii: BMS poate integra sisteme de securitate, cum ar fi controlul accesului și monitorizarea video, pentru a asigura un mediu sigur pentru personalul medical și pacienți.

Gestionarea Apei și a Deșeurilor: Monitorizarea consumului de apă și gestionarea eficientă a deșeurilor pot fi implementate prin intermediul BMS, contribuind la sustenabilitatea clădirii.

Sisteme de Urgență: BMS poate gestiona sistemele de alarmare și evacuare în situații de urgență, asigurând o reacție rapidă și eficientă în caz de incendiu sau alte pericole.

Gestionarea Calității Aerului: BMS poate monitoriza și controla calitatea aerului, asigurând circulația corespunzătoare a aerului și filtrarea eficientă pentru a menține un mediu curat și sănătos pentru pacienți și personalul medical.

Controlul Umidității: În anumite zone ale spitalelor, cum ar fi laboratoarele sau depozitele de medicamente, BMS poate regla nivelul de umiditate pentru a păstra condiții optime de stocare.

Eficiența Energetică a Echipamentelor

Medicale: BMS poate contribui la optimizarea funcționării echipamentelor medicale pentru a minimiza consumul de energie și a asigura disponibilitatea acestora în momentele critice.

Programarea și Gestionarea Sălilor de

Conferințe și Întâlniri: BMS poate facilita rezervările și programarea utilizării spațiilor comune, precum sălile de conferințe sau sălile de întâlniri, pentru a eficientiza utilizarea acestora.

Implementarea BMS într-un spital necesită o abordare integrată, ținând cont de diversitatea nevoilor și funcțiilor specifice ale diferitelor zone din clădire. O echipă multidisciplinară, formată din specialiști în inginerie, securitate, sănătate și eficiență energetică, este esențială pentru succesul implementării.

Contact: office@sarimed.ro

LIBERTY Galați angajează 100 de ucenici în 2024

LIBERTY Galați, cel mai mare producător național de oțel și companie strategică în România, lansează un program de ucenicie prin care angajează în acest an 100 de tineri care vor ajuta la transformarea industriei oțelului. Noul program este lansat în contextul reluării producției primare de oțel pe platforma LIBERTY Galați, repornirii furnalului și accelerării activității laminoarelor pentru a livra clienților oțel românesc de înaltă calitate.

Desfășurat sub umbrela Academiei GREENSTEEL cu sprijinul specialiștilor LIBERTY, programul are o durată de 18 luni și cuprinde cursuri teoretice, training, mentorat și practică la locul de muncă pentru ucenicii care vor să se specializeze în profesii actuale, precum electricieni, laminatori, macaragii, lăcătuși mecanici, strungari, oțelari, turnători și furnaliști, dar și pregătire pentru profesiile viitorului, cerute de transformarea GREENSTEEL a companiei de la Galați. Pachetul salarial include, pe lângă salariul de bază, bonusuri și beneficii, servicii medicale și echipamente de protecție, tichete de masă și transport, precum și sporuri acordate conform contractului colectiv de muncă.

LIBERTY Galați își propune să devină un

producător de oțel cu amprentă neutră de carbon până în 2030, iar rolul noilor angajați este să contribuie la transformarea siderurgiei într-o industrie mai curată, mai verde, cu emisii reduse de carbon.

Radu Ionescu, General Manager LIBERTY Galați a declarat: „Industria viitorului este automatizată, digitalizată și sustenabilă. La LIBERTY, ne propunem să avem o amprentă neutră de carbon până la finalul acestei decade, de aceea avem nevoie de forța de muncă a viitorului care poate contribui la crearea unei industrii sustenabile. Prin intermediul Academiei GREENSTEEL, investim în programe de calificare a noilor colegi și de perfecționare a echipei noastre de la Galați, cu scopul de a produce oțelul verde de care lumea va avea nevoie pentru mulți ani de-acum înainte. Invităm tinerii din România să fie alături de noi în această misiune, să evolueze odată cu industria și să avanseze în carieră în timp ce contribuie la decarbonizarea lumii.”

Lansat în 2014, programul de ucenicie de la LIBERTY Galați are scopul de susține învățământul tehnic la nivel local și de a atrage noi angajați în industria siderurgică. Programul se adresează tinerilor absolvenți de liceu și școli profesionale și se desfășoară



*Radu Ionescu,
General Manager LIBERTY Galați*

în două etape. Prima etapă durează șase luni și este dedicată formării profesionale prin participarea ucenicilor la sesiuni de dezvoltare a competențelor tehnice, dar și comportamentale prin sesiuni de teambuilding și comunicare. A doua etapă durează 12 luni, timp în care ucenicii devin autonomi la locul de muncă, fiind susținuți de mentori și specialiști. Din 2014 până în prezent, peste 500 de colegi noi s-au alăturat companiei în programele de ucenicie și învățare accelerată, prin care s-au calificat în domeniul electric, mecanic și tehnic.

De asemenea, în cadrul Academiei GREENSTEEL, compania a creat și consolidat parteneriate cu toate liceele cu profil tehnic și școlile profesionale din județele Galați și Brăila, printre care Liceul Tehnologic ‘Paul Dimo’, Colegiul Național ‘Radu Negru’, Liceul Tehnologic ‘Aurel Vlaicu’ și Liceul Tehnologic ‘Costache Conachi’. Academia GREENSTEEL își propune să dezvolte proiecte educaționale pentru noua generație și să încurajeze tinerii să se alăture industriei siderurgice pentru a contribui la dezvoltarea unor metode de producție sustenabile.



Sușținem predarea în școli a noțiunilor de Prim Ajutor!

Interviu cu Dan-Valentin Grososiu,
Vicepreședinte, Asociația Salvatorilor Voluntari pentru Situații de Urgență

Asociația Salvatorilor Voluntari pentru Situații de Urgență (ASVSU) este o organizație neguvernamentală, non-profit, apolitică, înființată în anul 2001, care combină experiența specialiștilor în servicii de salvare cu dorința de a ajuta societatea civilă în situații de urgență. Cât de importantă este educația civică în acest domeniu?

Este foarte importantă educația civică, deoarece acest lucru ne leagă și ne

formează de mici ca să fim mai conștienți în anumite cazuri de urgență.

Care sunt principalele activități ale Asociației?

Principalele activități ale asociației sunt: promovarea și susținerea de cursuri de prim ajutor, asistarea persoanelor fără adăpost și acordarea primului ajutor acestora, căutarea de copii dispăruți în colaborare cu alte instituții și ONG-uri,

asistarea și acordarea primului ajutor la evenimente.

Ce evenimente organizați pentru promovarea voluntarilor care se ocupă de situații de urgență?

ASVSU își instruește toți voluntarii prin cursuri și simulări organizate în diferite locații pentru a cunoaște ce să facă în toate situațiile de urgență.





Când organizați cursuri de prim ajutor? Cum se pot înscrie oamenii?

Cursurile sunt organizate de comun acord cu solicitantul. Se pot înscrie pe email la office@asvsu.ro sau pe pagina de Contact a site-ului nostru, www.asvsu.ro. Înscrierea la cursurile de Prim Ajutor se poate face și pe WhatsApp la nr. de tel. 0722212048.

Ce procent din populație știe să acorde primul ajutor în caz de situații de urgență?

Populația de la oraș a început să știe să acorde primul ajutor într-un procent mic, dar în zonele rurale, procentul este foarte mic sau inexistent și de aceea nu putem să evaluăm acest lucru corect.

Unde suntem mai vulnerabili în prezent, la ce situații de urgență?

Suntem vulnerabili la toate capitolele.

În primul rând nu avem o infrastructură pentru cursurile regulate de prim ajutor la copii / adolescenți.

În al doilea rând, nu sunt subvenționate aceste cursuri pentru copii / tineri / studenți sau pensionari.

Noi nu avem cultura simulărilor și antrenamentului cu populația. În afara forțelor profesionale, majoritatea populației nu știe ce să facă în anumite situații de urgență, chiar dacă au existat câteva campanii de informare pe TV.

Ce investiții ar trebui să facă autoritățile publice locale și centrale și companiile pentru a se conforma reglementărilor din acest sector important?

Autoritățile ar trebui să implementeze mai multe centre cu ajutorul ONG-urilor în care copii / tinerii și studenții să vadă și să învețe ce ar trebui să facă în diferite evenimente și situații, să conștientizeze pericolele ce se pot provoca și să nu agraveze situația existentă.



Noi nu avem cultura simulărilor și antrenamentului cu populația. În afara forțelor profesionale, majoritatea populației nu știe ce să facă în anumite situații de urgență, chiar dacă au existat câteva campanii de informare pe TV.



Firmele sunt obligate prin Legea 319/2006 - SSM să trimită către instruire angajații, să știe să asigure primul ajutor la locul de muncă până ajunge ambulanța.

De unde vă asigurați finanțarea? Ce trebuie să facă o companie sau o persoană fizică care dorește să vă susțină?

Ne asigurăm finanțarea din cursurile desfășurate la cerere de către firme. Firmele sunt obligate prin Legea 319/2006 - SSM să trimită către instruire angajații, să știe să asigure primul ajutor la locul de muncă până ajunge ambulanța. Orice instituție sau persoană fizică poate completa un formular pe <https://redirectioneaza.ro/asvsu> sau poate găsi toate informațiile pe site-ul www.asvsu.ro, la capitolul "Donații" <https://www.asvsu.ro/donatii-sponsorizari/>.



Argument pentru implementarea principiilor ESG

Principiile ESG (Environmental, Social and Governance) sunt expresia așteptărilor și exigențelor cu care societatea în ansamblu vine către mediul de afaceri, sub influența evoluțiilor celor mai acceptate curente de gândire la nivel global cu privire la protecția mediului, echitatea socială și buna guvernanță a companiilor.

Configurarea celor trei piloni constitutivi ai ESG au evoluat de-a lungul timpului în mod separat.

Sunt voci care văd conceptul ESG ca o continuare și transformare a conceptului CSR – responsabilitatea socială a companiilor.

Din alt unghi, ESG este văzut ca o formă evoluată a exigențelor care stau în fața companiilor cu privire la protecția mediului, fiind adesea confundat cu obligațiile de reglementare pe care firmele trebuie să le respecte cu privire la obiectivul zero carbon, în contextul eforturilor de combatere a schimbărilor climatice.

La nivel internațional, cele trei responsabilități care stau în fața companiilor și împreună formează conceptul modern ESG, a apărut pentru prima dată într-un raport al Organizațiilor Unite, intitulat “Cui îi pasă câștigă” din anul 2004.

Pentru a înțelege într-un mod potrivit care sunt așteptările generale din prisma ESG raportate la mediul de afaceri, trebuie să precizăm că este vorba despre Programul de Mediu al Organizațiilor Unite – Inițiativă Financiară – care reunește o rețea mare de bănci, asigurători și investitori care catalizează colectiv acțiunile în sistemul financiar pentru a oferi economii globale mai sustenabile.

În Uniunea Europeană implementarea principiilor ESG capătă o nouă dimensiune prin reglementarea raportărilor nonfinanciare ale companiilor în acord cu “Pactul verde european” și „Planul de acțiune privind finanțarea creșterii durabile”. Conform Directivei europene CSRD, Pactul verde este noua strategie de creștere a Uniunii, prin transformarea acesteia într-o

Ghid pentru implementarea ESG

Volumul I

„Definirea și înțelegerea termenilor și principiilor ESG”



economie modernă, eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor și competitivă, fără emisii nete de gaze cu efect de seră (GES) până în 2050.

Un obiectiv central al Pactului verde european este decuplarea creșterii economice de utilizarea resurselor, în contextul în care Uniunea Europeană dorește “să asigure faptul că toate regiunile și toți cetățenii Uniunii participă la o tranziție justă din punct de vedere social către un sistem economic durabil, astfel încât nicio persoană și niciun loc să nu fie lăsate în urmă.” Profitabilitatea afacerilor care implementează ESG este influențată pozitiv din mai multe perspective, printre care putem menționa:

- adoptarea unor practici de guvernanță eficiente, care poate contribui la îmbunătățirea eficienței operaționale și la gestionarea riscurilor;
- ca urmare a modificărilor în comportamentul de cumpărare al consumatorilor care pun din ce în ce mai mult accent pe decizii influențate de respectarea criteriilor de sustenabilitate, fie ele cu referire la mediul înconjurător sau cu privire la pilonul social (este binecunoscută reacția pieței în industria textilă, atunci când consumatorii au început să sancționeze companiile care utilizau forță de muncă în condiții grele din Asia);

- motivarea angajaților și beneficii pentru brandul de angajator, efectele pozitive ale politicilor de incluziune socială;
- condiții de finanțare avantajoase;
- accesul la piețe de desfacere influențat atât de cerințe de reglementare, cât și de deciziile de achiziție ale companiilor care implementează politici ESG.

Consiliul Patronatelor ESG din România își propune să sprijine mediul de afaceri pentru implementarea principiilor ESG.

Un prim proiect vizează editarea și publicarea “Ghidului pentru implementarea ESG” – o lucrare care să aducă clarificare în eforturile companiilor și organizațiilor din România de a se alinia principiilor ESG, atât în ceea ce privește conformitatea cu cerințele de raportare, cât și (mai ales) cu privire la implementarea în organizații a măsurilor și acțiunilor necesare pentru respectarea principiilor fiecărui pilon ce compune ESG. Primul volum intitulat “Definirea și înțelegerea termenilor și principiilor ESG” care își propune să aducă o viziune de ansamblu pentru o bună înțelegere a principiilor ESG, a conceptelor utilizate în implementarea ESG, o clarificare cu privire la resursele necesare și procesul de implementare a celor trei piloni care compun principiile ESG, a responsabilităților asumate de companii și organizații odată cu implementarea ESG, urmează să apară în primul semestru din 2024.

Dacă vrei să fii parte a unei comunități care își propune să transforme mediul de afaceri într-o forță pentru schimbare, alătură-te C.P.ESG.R.!

- Construim împreună o comunitate ce sprijină afacerile din România și le reprezentăm în fața factorilor de decizie.
- Credem în puterea comunității și a dezvoltării de parteneriate durabile și dezvoltăm grupuri de afaceri pe diverse teme.
- Oferim și găsim soluții la probleme și căutăm oameni și afaceri orientate spre rezultate.
- Vă invităm să vă alăturați nouă și să fiți parte din modelarea viitorului sustenabil al mediului de afaceri din România!



***Consiliul Patronatelor
ESG din România***

Dinamism. Conexiune. Încredere. Dezvoltare.

Crina Diculescu, Fondator, Dynamic Business Connections



Nu există „nu se poate”. Așa am cunoscut-o pe Crina anul trecut. Pregătea, alături de Cristiana Pătru, Global Business Development Director, și Andrei Dicher, Educational Coordinator, unul dintre cele mai de impact evenimente de networking. 3 profesioniști. Peste 470 de participanți. 1 eveniment. Back2Business. Urma să aflu că nu este singurul eveniment-flag pe care l-au pus pe picioare, cu succes, sub umbrela

Dynamic Business Connections (DBC), club de networking dedicat oamenilor de business.

Din prima interacțiune cu omul Crina, am rămas cu bucuria dinamismului, a emoției pe care o simți atunci când întâlnești oameni care împing lucrurile înainte, care nu renunță, care găsesc soluții chiar și atunci când pare că nu există. Cu gândul de a înțelege care este forța

motrice care face lucrurile să se întâmple la DBC și pentru membrii comunității, am pornit în această călătorie de descoperire cu suportul Crinei.

Dinamism. De ce dinamism?

Mi-a plăcut Darwin, așa că voi începe cu un citat care cred că se potrivește oricărui mediu, nu doar în știință – „Nu cea mai puternică specie supraviețuiește, nici cea mai inteligentă, ci cea mai receptivă la schimbare”.

Pentru a rămâne relevanți în orice, este necesar să ne adaptăm, să dăm dovadă unei reale agilități în business, dar și personal. Trăim vremuri în continuă schimbare. Acum 1000 de ani, dacă povesteam despre WI-FI, am fi fost blamați. Azi, nu putem trăi fără. Inițiativa, inovația sau chiar simpla colaborare în echipă sunt aspecte care necesită dinamism.

Începi de la mic la mare. Înveți, te dezvolți, crești sustenabil, aduci un aport și mediului de business în care activezi. DBC face acest lucru, spre exemplu, prin curatoriul de business, dar și prin evenimentele de networking, prin conferințe, cum este WomEnRISE în martie, sau de StandUP Networking, în aprilie.

Conexiune

Este, într-adevăr, unul din pilonii pe care ne susținem ca și organizație. În 2022, după ce trecusem prin experiența lucrului în cadrul unei camere de comerț, am simțit că marea masă a oamenilor de afaceri, încă neafiliați unui sistem focusat pe susținerea eficienței business-urilor pentru a crea un mediu și mai sustenabil, ar putea găsi utilă existența unei organizații care să ofere un spațiu de dezvoltare complementar cu cel oferit de Camerele de Comerț ale diverselor țări. Astfel, azi, DBC este o comunitate deschisă oricărui tip de business, dedicată profesioniștilor din lumea afacerilor, cu scopul de a crea un mediu propice dezvoltării relațiilor profesionale, alimentat



de experiența și pasiunea echipei.

De ce **conexiune**, mă vei întreba... simt că vine această întrebare. Pentru că doar prin conexiune putem pune fundația pe care se clădesc toate celelalte valori.

Încredere – pentru că este esențială în orice relație de afaceri și personală, fiind un element crucial care facilitează colaborări de succes și relații stabile. Pentru că doar prin încredere putem susține dezvoltarea. Începe cu încrederea în viziunea asupra afacerii pe care o dezvoltă, continuă cu încrederea în echipă, în parteneri, în medii care te poate susține să dai viață viziunii. Ne-am îndreptat apoi către dezvoltare. Anul acesta aduce pentru DBC focus pe dezvoltare – a serviciilor, a echipei, a produselor, a parteneriatelor. Avem, după cum vezi, deja patru canale deschise. Nu este nici greu, dar nici ușor. Construim, stabilizăm, ancorăm și o luăm de la capăt cu alte proiecte. Ale noastre sau curatoriate. Pot spune, acum, că bazele sunt cele mai importante. Dacă ai o bază bine așezată pentru afacere, ai stabilitat pilonii centrali pe care se susține, poți începe să construiești fără grijă. Și construim – alături de membrii comunității pe care îi încurajăm să fie cât mai activi în comunitate, sharing is caring, din ceea ce știm mai bine,

împărtășim și așa creștem, împreună.

După cum vezi, **conexiunile, încrederea, dezvoltarea** se realizează, în paralel, pe mai multe paliere. Asta înseamnă **dinamism**. Înseamnă să lucrezi cu grijă, asemenea unui doctor, pentru a asigura eficiența procesului și procedurilor aplicate.

Dacă ar fi să sintetizezi într-o frază ce te-a motivat să pui bazele DBC?

Aș spune – pasiunea. Pasiunea pentru conectarea oamenilor și experiența în domeniul relațiilor comerciale și al comunităților de business au fost principalele motive pentru înființarea comunității Dynamic Business Connections.

Povestea de dezvoltarea afacerilor. Pentru tine, Crina, ce înseamnă auto-cunoașterea, dezvoltarea personală?

Totul. Fără atenția la ceea ce suntem, nu putem crea, susține ceea ce suntem. Atât eu, cât și partenerii mei de pe DBC, avem mentori, coachi, îndrumători. Poți dăru mai bine, dacă înțelegi ce înseamnă pentru tine. Poți fi credibil dacă îl crezi și trăiești în acel mai bine. Ai creat, poți recrea. Nu ai creat, de fapt

inovezi pentru tine, și, poate, pentru ceilalți. Abia apoi poți spune că știi cu adevărat și poți recrea.

Îmi poți povesti despre serviciile pe care le oferiți?

Oferim servicii de curatori în business, sau altfel spus avem un rol de enablers, conectăm business-uri, oameni, astfel încât acestea să se poată dezvolta. Mai oferim consultanță pe business development, networking, vânzări, workshop-uri de LinkedIn Sales Navigator, organizări de evenimente, dar și consultanță pe dezvoltarea abilităților de comunicare. Și nu numai. Îi invit pe cei interesați să ne viziteze la Vila DBC.

Ce îndrumare ne-ai da la final?

Îmi vine în minte un proverb african – „Dacă vrei să mergi repede, mergi singur. Dacă vrei să mergi departe, mergi împreună”.

Maria Stan

Dynamic Business Connections

Adresă | Clucerului, 44, București 1
E-mail | office@dynamic-connections.eu

În ultimul an, Asociația Ateliere Fără Frontiere a sprijinit peste 1.500 de persoane să se reintegreze pe piața muncii

Doar în ultimul an, **Asociația Ateliere Fără Frontiere**, asociație care ajută persoanele vulnerabile să se reintegreze pe piața muncii, a sprijinit angajarea a peste 1.500 de persoane și a primit, de curând, **statutul de asociație de utilitate publică**, se anunță într-un comunicat transmis de către **Ministerul Muncii**. Ceea ce confirmă, încă o dată, faptul că organizația aduce o contribuție semnificativă la nivel social,

relevant pentru binele indivizilor și al societății.

În România, asociațiile de utilitate publică sunt recunoscute pentru contribuțiile pe care le aduc în rezolvarea problemelor sociale sau culturale, iar veniturile obținute din activitățile lor sunt direcționate către îndeplinirea scopului lor statuar. „În cei peste 15 de ani de funcționare, Asociația Ateliere Fără Frontiere a derulat activități în

domeniul ocupării, informării, consilierii, formării profesionale și medierii muncii pe piața internă pentru persoanele aflate în dificultate, precum și proiecte de solidaritate internațională, incluzând activități specifice economiei sociale. De-a lungul timpului, Asociația a dezvoltat parteneriate cu instituții publice relevante, precum și cu asociații din țară care activează în domeniul social, inițiind și



derulând programe și proiecte destinate persoanelor vulnerabile”, se mai arată în documentul oficial emis de către Ministerul Muncii. Potrivit sursei citate, acestea au fost integrate pe piață într-un mod sustenabil și responsabil inclusiv față de mediu, prin activități de acompaniere socio-profesională și proiecte de solidaritate internațională din activități specifice economiei sociale. Ateliere Fără Frontiere s-a înființat în 2008 și a creat patru ateliere de inserție socio-profesională care activează în domeniul colectării și reutilizării deșeurilor electrice și electronice, refolosirea bannerelor publicitare stradale pentru realizarea de produse promoționale, logistică și agricultură ecologică.

„Ateliere Fără Frontiere oferă un model de bună practică ce ar trebui sprijinit și multiplicat care reprezintă o soluție pentru creșterea angajabilității, în rândul populației inactive care se confruntă cu multiple dificultăți la angajare sau la menținerea unui loc de muncă. În 15 ani de activitate, AFF a angajat în atelierele sale 270 de persoane aflate departe de piața muncii, iar în ultimul an a sprijinit angajarea a peste 1500 de persoane inclusiv persoane strămutate din Ucraina. Acordarea statutului de utilitate publică este o recunoaștere a activității asociației noastre. De altfel, AFF are parteneriate solide cu mai bine de 50 de furnizori de servicii sociale cu intervenții în comunități defavorizate pentru identificare celor care au nevoie de sprijin și cu peste 200 de companii privind plasarea persoanelor apte de muncă pe piață și dispuse să angajeze persoane care se confruntă cu multiple vulnerabilități datorate în principal situațiilor sociale, educaționale și de sănătate, inclusiv dizabilități”, explică Damien Thiery, CEO-ul AFF.

Că România se numără printre țările cu o slabă tradiție în privința

inserției pe piața muncii a lucrătorilor defavorizați, se arată și într-un raport european care analizează tendințele și provocările întreprinderilor sociale de inserție, respectiv Raportul BWISE 2023. Dacă în 2022, aproximativ 4 milioane de români trăiau în sărăcie, respectiv 1 din 5, adică 20% din populație, după cum arată cele mai recente date ale Institutului Național de Statistică, date publicității la finele anului trecut, **eforturile de reintegrare a persoanelor vulnerabile pe piața muncii ale unor organizații precum AFF, nu doar că aduc beneficii individuale fiecărei persoane căreia i se acordă sprijin, ci contribuie și la construirea unei societăți mai echitabile, incluzive și prospere.** „Toate organizațiile care se implică în aceste activități merită laudă pentru contribuția lor la progresul social și economic”, adaugă CEO-ul AFF.

Tot în 2022, potrivit aceluiași raport, rata riscului de sărăcie sau excluziune socială (AROE) a fost de 34,4%, corespunzătoare unui număr de 6,5 milioane persoane. Cea mai mare rată a riscului de sărăcie sau excluziune socială s-a înregistrat în regiunea Sud-Est (46,9%), urmată îndeaproape de regiunea Sud-Vest Oltenia (44,7%), iar cea mai mică rată s-a observat în regiunea București-Ilfov (19,2%). Din cele 6,5 milioane persoane aflate în risc de sărăcie sau excluziune socială, 4.594.000 persoane se aflau în stare de deprivare materială și socială severă.

„**Ne dorim ca activitatea pe care o întreprindem noi să fie copiată, multiplicată în România. Ca acest model de organizație să fie preluat în toate zonele din țară unde sunt persoane vulnerabile, care pot și trebuie să fie integrate în piața muncii și să nu se mai afle în excluziune socială. Mi-aș dori să văd câte o organizație care să ajute persoane vulnerabile, cu focus pe economia circulară și socială, să se reintegreze pe piața muncii în**

„**Ne dorim ca activitatea pe care o întreprindem noi să fie copiată, multiplicată în România. Ca acest model de organizație să fie preluat în toate zonele din țară unde sunt persoane vulnerabile, care pot și trebuie să fie integrate în piața muncii și să nu se mai afle în excluziune socială**

fiecare oraș din România”, a mai spus Damien Thiery.

În urma unei anchete sociologice pe bază de interviu semi-structurat, realizat cu 460 de persoane încadrate în categorii vulnerabile, realizată de către AFF în perioada 2022-2023, a reieșit că 37% dintre acestea sunt persoane fără ocupație/șomeri neînregistrați, 13% șomeri înregistrați, 7% realizau activități ocazionale fără contracte, în timp ce 36% erau angajați cu contract (cea mai mare parte în organizații ale economiei sociale și în unități protejate), în timp ce 7% pensionari, în proces educațional și în detenție. „Persoanele pe care le sprijinim la Ateliere Fără Frontiere provin din medii defavorizate, cu situații financiare foarte dificile, care s-au confruntat cu abandon școlar, au fost victime ale violenței, au avut probleme de sănătate netratate sunt persoane cu dizabilități sau sunt aflate în tratament pentru abuz de substanțe, ori persoane care au fost lipsite de libertate”, spune Daniela Avram, manager al departamentului social.

DESPRE AFF

Asociația Ateliere Fără Frontiere (AFF) este o asociația socială și de mediu, cu activitate economică, înființată în 2008 pentru integrarea pe piața muncii a persoanelor vulnerabile. Ca să își îndeplinească misiunea, Asociația a creat patru întreprinderi sociale de inserție prin activitatea economică - educlick, remesh, logiEtic și ferma bio&co - în care oferă servicii personalizate de acompaniere socio-profesională, psihoterapie și acompaniere pedagogică pentru formarea de competențe persoanelor care cumulează multiple dificultăți la angajare (șomaj de lungă durată, adicții, dizabilități, abandon școlar, violență domestică, trafic de persoane, probațiune, pedepse privative de libertate, lipsă locuință etc).

„**În 15 ani de activitate, AFF a angajat în atelierele sale 270 de persoane aflate departe de piața muncii, iar în ultimul an a sprijinit angajarea a peste 1500 de persoane inclusiv persoane strămutate din Ucraina.**

Cum au influențat evoluțiile geopolitice operațiunile de comerț internațional ale companiilor românești

În ultimii doi ani, tensiunile geopolitice au escaladat la nivel global, fragmentând comerțul internațional. Această perioadă a evidențiat vulnerabilitățile interdependenței economice mondiale, pe măsură ce întreruperile din lanțurile de aprovizionare, creșterea costurilor și penuria de materii prime au devenit realități cotidiene. Aceste provocări nu doar că au tensionat relațiile comerciale dintre țări, dar au accelerat tendința spre deglobalizare, schimbând dinamica comerțului mondial.

iBanFirst, unul dintre cei mai importanți furnizori globali de servicii de schimb valutar și plăți internaționale pentru companii, cu tranzacții de 1 miliard de euro în România, a realizat o analiză privind impactul recentelor schimbări geopolitice asupra companiilor românești implicate în comerțul internațional și modul în care acestea și-au adaptat strategiile pentru a depăși provocările întâmpinate.

RECONFIGURAREA ȘI DIVERSIFICAREA PARTENERILOR COMERCIALI

După criza pandemică, recente tensiuni geopolitice au declanșat noi perturbări majore în lanțul de aprovizionare. Companiile românești care se bazează pe materii prime sau bunuri intermediare din Ucraina sau Rusia, în special din industrii precum agricultura, industria siderurgică și construcțiile, s-au confruntat cu probleme logistice, cum ar fi restricțiile de transport și creșterea costurilor de transport. Aceste companii au fost nevoite să-și reconfigureze rapid parteneriatele comerciale și să caute noi furnizori. Turcia și alte state europene au devenit alternative viabile pentru importuri,

în timp ce relațiile comerciale cu China au înregistrat o creștere considerabilă. O schimbare majoră s-a produs în sectorul energetic, unde statele membre ale UE, inclusiv România, au luat măsuri pentru a-și reduce dependența de gazul rusesc. Această schimbare strategică nu numai că subliniază importanța diversificării surselor de energie pentru a spori securitatea energetică, dar reflectă, de asemenea, o tendință mai amplă de reducere a dependenței de un singur furnizor, atenuând astfel riscurile de aprovizionare asociate cu tensiunile geopolitice.

ADOPTAREA SOLUȚIILOR FINANCIARE DIGITALE CA ALTERNATIVĂ A SERVICIILOR BANCARE TRADIȚIONALE

În mediul de afaceri global, dinamic și imprevizibil de astăzi, accesul la servicii financiare rapide, accesibile și sigure a devenit esențial pentru companiile românești care operează la nivel internațional. Această nevoie stringentă a determinat multe întreprinderi să aleagă soluțiile financiare digitale în locul serviciilor bancare tradiționale. Fintechurile oferă companiilor o gamă de produse și servicii care le sporesc agilitatea și eficiența pe piețele internaționale, precum plăți multivalutare, servicii de schimb valutar și strategii personalizate de hedging. Rezultatele iBanFirst în România confirmă această tendință. În ultimii doi ani, fintechul a înregistrat o creștere aproape dublă a numărului de IMM-uri care și-au deschis cont pe platformă, ajungând în prezent la o bază de 400 de companii. Platforma iBanFirst, care oferă acces la plăți în peste 30 de valute, a facilitat tranzacții

internaționale în valoare de peste 1 miliard de euro pentru clienții săi din România.

CREȘTEREA CERERII PENTRU SERVICII DE ACOPERIRE A RISULUI VALUTAR

Crizele geopolitice au amplificat volatilitatea valutară, impulsionând companiile românești active în comerțul internațional să adopte o abordare mai prudentă în afaceri. În acest context, instrumentele de acoperire a riscului valutar, precum contractele *forward*, au câștigat teren ca mecanisme esențiale de protecție a marjelor de profit. Aceste instrumente le permit companiilor să-și securizeze cursurile de schimb valutar pentru plățile internaționale viitoare, asigurându-se astfel împotriva fluctuațiilor valutare.

În 2023, serviciile de hedging furnizate de iBanFirst au înregistrat o creștere de 97%, tendință care reflectă o conștientizare în creștere în rândul firmelor românești a importanței gestionării riscurilor financiare. Companiile din industrii diverse, incluzând agricultura, retailul și sectorul IT, recurg la strategii de hedging în relațiile comerciale cu partenerii din Uniunea Europeană, Turcia, Statele Unite și China. Prin prioritizarea stabilității în operațiunile lor financiare, companiile românești sunt mai bine echipate pentru a face față fluctuațiilor valutare și a crește în mod susținut, într-un peisaj economic imprevizibil.

ASCENSIUNEA YUANULUI ȘI SCĂDEREA UTILIZĂRII DOLARULUI ÎN TRANZACȚIILE INTERNAȚIONALE

Trendul dedolarizării capătă amploare,



Alin Latu, Country Manager iBanFirst România

punând în discuție supremația de lungă durată a dolarului american în comerțul și finanțele internaționale, unde deține o cotă de 42% din plățile internaționale. Reducerea utilizării dolarului a fost catalizată de consorțiul BRICS (Brazilia, Rusia, India, China și Africa de Sud). Aceste națiuni, care se străduiesc de peste un deceniu să-și diminueze dependența de dolar, au început să favorizeze utilizarea monedelor locale în tranzacțiile transfrontaliere. Datele SWIFT arată că, în ianuarie 2024, yuanul chinezesc a fost a patra cea mai folosită monedă pentru plățile internaționale, cu o cotă de 4,51%. Această creștere a fost susținută de încheierea acordurilor de schimb valutar între China și băncile centrale ale partenerilor săi comerciali. Companiile românești, în

acest context, încep să analizeze avantajele plăților în yuan, reflectând schimbările în dinamica financiară globală. Pe de altă parte, deși există un trend evident de internaționalizare a yuanului, analiștii iBanFirst susțin că va fi nevoie de o perioadă de zeci de ani până când yuanul va putea concura cu dolarul.

„În contextul instabil al ultimilor doi ani, întreprinderile românești au dat dovadă de reziliență, agilitate și inovație, reușind să transforme obstacolele întâmpinate în oportunități de creștere. Adaptabilitatea lor în fața adversității evidențiază o dinamică pozitivă în cadrul economiei românești, în ciuda tensiunilor geopolitice. În această perioadă dificilă, am susținut companiile



Cu 13 birouri operaționale în 10 țări europene (Franța, Belgia, Olanda, Germania, România, Bulgaria, Ungaria, Italia, Spania și Marea Britanie), iBanFirst are un volum lunar de tranzacții în valoare de 1,5 miliarde de euro.

românești de import-export să își realizeze planurile de expansiune, atât pe plan regional, cât și internațional. Prin facilitarea accesului la tranzacții transfrontaliere eficiente, iBanFirst a consolidat capacitatea acestora de a opera pe piețele globale dinamice și de a profita de noi oportunități de afaceri”, afirmă Alin Latu, Country Manager iBanFirst România.

Cu 13 birouri operaționale în 10 țări europene (Franța, Belgia, Olanda, Germania, România, Bulgaria, Ungaria, Italia, Spania și Marea Britanie), iBanFirst are un volum lunar de tranzacții în valoare de 1,5 miliarde de euro. Fintech-ul este inclus pentru al cincilea an consecutiv în „FT1000”, clasamentul Financial Times al companiilor europene cu cea mai rapidă creștere.

DESPRE IBANFIRST

Înființat în anul 2016, fintechul iBanFirst furnizează companiilor de comerț servicii de plăți transfrontaliere, schimb valutar și management al riscului, combinând capacitățile unei platforme de ultimă generație cu expertiza specialiștilor în domeniul forex. În mai puțin de 10 ani, fintechul a devenit un partener de încredere pentru IMM-urile din întreaga lume, ajutându-le să-și extindă afacerile dincolo de granițe. Cu peste 350 de angajați în 10 țări europene și un volum de tranzacții de circa 1,4 miliarde de euro lunar, iBanFirst este listată de Financial Times ca una dintre companiile cu cea mai rapidă creștere din Europa. Fintechul este susținut financiar de banca franceză de investiții Bpifrance, de liderii europeni în investiții de capital de risc Elaia și Xavier Niel, precum și de fondul de investiții american Marlin Equity Partners. Ca instituție de plată reglementată de Banca Națională a Belgiei, iBanFirst are autorizația de a opera pe întreg teritoriul Uniunii Europene.

România ar putea câștiga 24 miliarde de euro anual, dacă ar angaja cu 3% mai multe femei, până în 2030

Femeile reprezintă, în prezent, 49% din totalul pieței muncii din România, potrivit Ministerului Muncii și Solidarității Sociale. O analiză McKinsey arată că, dacă procentul ar ajunge la 52%, România ar putea adăuga, în fiecare an, 8,7% la PIB, adică aproximativ 24 miliarde de euro. În acest context, Kaufland România își consolidează angajamentul față de egalitatea de gen și vizează creșterea numărului de angajate în situații vulnerabile sau cu dizabilități, precum și în poziții de conducere. Unul dintre cei mai mari retaileri se alătură mișcării sociale #WeAreHalf, lansată de către Asociația Solidaritate și Egalitate. Obiectivul acesteia este creșterea cu 25%, în următorii doi ani a gradului de conștientizare privind inegalitatea de gen în România, prin campanii de informare și educație.

„Dacă analizăm cifrele, decalajul dintre numărul femeilor în societate versus implicarea lor în economie este evident. În România, populația majoritară este feminină (peste 51%), dar situația se inversează când ne uităm la rata de angajare, unde bărbații sunt majoritari. Din fericire, în Kaufland România, datele se aliniază cu procentele populației, pentru că peste 73% din totalul angajaților sunt femei și peste 50% din pozițiile de conducere sunt ocupate tot de femei. Având un rol semnificativ în peisajul economic al României, considerăm că responsabilitatea noastră se extinde dincolo de limitele companiei, motiv pentru care ne-am implicat în creșterea conștientizării pe tema egalității de gen. Acesta este unul dintre motivele pentru care ne-am alăturat inițiativei #WeAreHalf. La rândul meu, ca femeie, simt nevoia să susțin astfel de cauze, care fac societatea românească un loc mai prosper și mai echitabil pentru toți cetățenii săi, indiferent de gen”, a declarat **Estera**



Anghelescu, Recruiting & Employer Branding Director, Kaufland România.

România se află pe penultimul loc în Uniunea Europeană în ceea ce privește egalitatea de gen, conform datelor din 2022 ale Institutului European pentru Egalitatea de Gen, transmise de World Bank Romania. Chiar și în acest context, avem o oportunitate reală de schimbare în societate. Asociația Solidaritate și Egalitate a pornit în urmă cu un an, o campanie de informare, educare și sprijin al femeilor. Analiza McKinsey din septembrie 2021 arată că dacă procentul de femei angajate ar ajunge la 52%, România ar putea adăuga, în fiecare an, aproximativ 8,7% la PIB, adică aproximativ 24 miliarde de euro. Acest lucru poate fi obținut prin creșterea numărului de femei active pe piața muncii cu 3%, remunerarea orelor lucrate suplimentar și angajarea acestora în sectoare cu productivitate mare.

„#WeAreHalf nu este doar o provocare adresată femeilor. Egalitatea de gen, sau mai degrabă lipsa ei, afectează întreaga comunitate. Participarea activă a femeilor în economie nu doar ar întări coeziunea societății, ci ar reduce semnificativ fenomenele de violență. Am dat glas acestei

mișcări în martie 2023, iar anul acesta, cu ajutorul Kaufland România, vrem să ajungem cu mesajul nostru în cât mai multe orașe din țară, în care să punem în valoare femeii cu potențial. În plus, ne dorim să le oferim o platformă extinsă prin care pot să participe activ la schimbarea stereotipurilor și la promovarea egalității de șanse”, a subliniat **Mihaela Raluca Tudor, fondatoarea Asociației Solidaritate și Egalitate.**

Prin această colaborare extinsă, campania aduce în prim-plan poveștile impresionante ale femeilor care au obținut realizări notabile în comunitățile lor și le încurajează să devină modele pentru întreaga societate. Kaufland a început deja un sistem intern de nominalizare al femeilor din companie. Primele trei povești înscrise în campania #WeAreHalf vorbesc despre dedicarea pentru identificarea și aplicarea unor politici incluzive într-o companie cu mii de angajați și 177 de magazine, consolidarea echipelor de lucru prin integrarea fiecărui membru, indiferent de experiența profesională și, mai ales, mai presus de dizabilități.

Estera Anghelescu este Director de Recrutare și Employer Branding la Kaufland România și Republica Moldova, cu o experiență de peste

20 de ani. A jucat un rol cheie în expansiunea companiei, încă de la deschiderea primelor magazine. Datorită proiectelor inovative pe care le-a implementat, a câștigat numeroase premii. În 2022, a fost distinsă cu titlurile de Global Employer Brand Leader of the Year de către Kantar și Employer Branding Professional of the Year de către Evensys. Din mai 2023, ocupă și funcția de Vicepreședinte al RDCC (Romanian Diversity Chamber of Commerce), angajându-se în promovarea diversității și incluziunii, atât în companie, cât și în societate. Este coordonatoarea programului A.C.C.E.S. (Angajare de Cădere și Evoluții Speciale), dedicat integrării persoanelor cu dizabilități în echipa Kaufland. A urmat un M.B.A. la Universitatea din Gelsenkirchen și programe de Executive Education la instituții precum M.I.T., University of North Carolina și Stanford.

Oana Lungu este Director Executiv Achiziții în cadrul Kaufland România și Republica Moldova și lucrează în companie de peste 18 ani. A urmat studii universitare în domeniul arhitecturii, iar primul contact cu achizițiile l-a avut în cadrul unei firme de construcții, unde avut posibilitatea să învețe mult mai multe lucruri decât ar spera un tânăr absolvent. Experiențele din sfera profesională au condus-o către retail, un domeniu plin de provocări, față de care a fost mereu extrem de deschisă și în care a reușit până astăzi să atingă performanțe de top alături de echipa sa.

Principiul pe care Oana l-a transpus cu succes în domeniul achizițiilor este acela că, o construcție durabilă pornește întotdeauna de la o fundație solidă. În retail, fundația este chiar echipa alături de care lucrează zi de zi, fie că e vorba de colegi cu experiență sau de tineri la început de carieră care descoperă cu entuziasm acest domeniu extrem de dinamic.

Cezarina Ispas este casieră într-unul din magazinele Kaufland din București. Lucrează la o casă specială creată pentru persoanele cu dizabilități, gândită special pentru cei care utilizează un scaun rulant. Asta o ajută să își poată desfășura activitatea profesională în siguranță și cu încrederea că este susținută și valorizată. „La Kaufland Tudor Vladimirescu, sunt parte dintr-o echipă frumoasă și de fiecare dată când merg la locul de muncă, o fac cu bucurie. Încă de la interviul de angajare, am întâlnit oameni speciali care m-au susținut și m-au respectat. Tocmai de aceea, m-am integrat foarte bine și aici mă



Mihaela Tudor este specialist în comunicare, cu o experiență de peste 10 ani în industria de PR și în antreprenariat. Este mama a trei copii și inițiatoră a multor proiecte de susținere a egalității de gen. Și-a dorit să fie un exemplu pentru fetele ei și a voce pentru femeile care nu reușeau să se facă auzite. A pus astfel bazele Asociației pentru Solidaritate și Egalitate și a devenit un exemplu pentru mii de femei.

Mihaela Tudor is a communication specialist with over 10 years of experience in the PR industry and entrepreneurship. She is a mother of three children and the initiator of many projects supporting gender equality. She wanted to be an example for her daughters and a voice for women who couldn't make themselves heard. In doing so, she laid the foundations for the Association for Solidarity and Equality and became an inspiration for thousands of women.

Campanie realizată de Asociația Solidaritate și Egalitate și susținută de **TUDOR**

sint ca într-o familie. Mă bucur că, în ciuda dizabilității mele, am șansa de a avea un loc de muncă bun și îi încurajez pe toți cei care își doresc un job, să se alăture echipei Kaufland”, a declarat Cezarina Ispas.

DESPRE #WEAREHALF

Mișcarea socială #WeAreHalf a fost lansată în 2023 de către Asociația Solidaritate și Egalitate și este o mișcare menită să atragă atenția asupra inegalității de gen care persistă în multiple forme la nivelul societății. Egalitatea de gen nu este doar un drept fundamental, este însăși fundația atât de necesară pentru o lume solidă și sustenabilă. Obiectivul mișcării este creșterea cu 25% în următorii doi ani a gradului de

conștientizare privind inegalitatea de gen în România, prin campanii de informare și educație.

DESPRE KAUF LAND ROMÂNIA

Kaufland se numără printre cele mai mari companii de retail din Europa, cu 1.500 de magazine în 8 țări, 155.000 de angajați și o rețea de 177 de magazine în România. În 2023, Kaufland România a primit pentru a cincea oară certificarea Best Buy Award, care atestă că este lanțul de magazine cu cel mai bun raport calitate – preț de pe piața locală. Kaufland deține și distincția Customers' Friend pentru compania cu cele mai bune servicii pentru clienți, acordată de Institutul internațional ICERTIAS, în urma unei analize de piață.

Creștere de 50% a cifrei de afaceri pentru Sixense România în 2023

Sixense România, companie specializată în soluții de monitorizare a comportării construcțiilor în timp, a încheiat anul 2023 cu afaceri estimate la 1,4 milioane euro, în creștere cu aproximativ 50% față de anul anterior. Creșterea cifrei de afaceri a companiei, aflată de 13 ani pe piața locală, s-a produs în condiții de profitabilitate.

AFACERI CARE DEPĂȘESC 1 MILION DE EURO – DIN SERVICII DE NIȘĂ ÎN INDUSTRIA CONSTRUCȚIILOR

Unul dintre factorii care au determinat creșterea business-ului Sixense România este diversificarea tipurilor de proiecte în care compania s-a implicat anul trecut. Astfel, Sixense România a gestionat activitatea de monitorizare geotehnică și structurală pentru o serie de proiecte de infrastructură critică, precum și peste 50 de lucrări de încercare cu probe pentru testarea siguranței structurale a mai multor poduri din țară.

Odată cu aceste activități, compania s-a acreditat ca laborator de analize și încercări în construcții de către Inspectoratul de Stat în Construcții (ISC), un alt factor care a dus la dezvoltarea businessului anul trecut. Această autorizare permite companiei să realizeze lucrări de încercare cu probe în cazul proiectelor de poduri, pentru testarea siguranței și rezistenței acestora, înainte de darea lor în folosință.

De asemenea, în 2023 compania a intrat și pe segmente noi de piață, cum ar fi urmărirea comportării în timp a mijloacelor publicitare. Echipa Sixense România s-a dublat și ea, ajungând în prezent la peste 20 de specialiști.

„Anul 2023 a fost un an bun pentru noi, ca echipă. Pe lângă toate reușitele de dezvoltare și financiare pe care ni le-a adus, vreau să menționez că un singur lucru rămâne neschimbat în ceea ce ne privește – și este cu siguranță un factor care susține



Mariana Garștea,
Director General Sixense România

creșterea noastră continuă, într-un ritm sănătos: este vorba despre calitatea serviciilor noastre. Indiferent de volume sau de cifre, menținerea unor standarde ridicate de calitate este și va fi prioritatea noastră și de acum înainte, mai ales într-o industrie ca cea în care activăm, în care, din păcate, lucrurile nu se fac întotdeauna ca la carte sau având cu adevărat expertiza necesară în acest sens”, a precizat Mariana Garștea, Director General Sixense România.

PROIECTELE PUBLICE DE PODURI ÎNCEP SĂ SE ALINIEZE LA STANDARDELE DE SIGURANȚĂ STRUCTURALĂ ÎN VIGOARE

În 2023, 60% din afacerile Sixense România au fost reprezentate de proiecte publice, în general proiecte din categoria de infrastructură de transport, în timp ce 40% a provenit din proiecte private, construcții civile din categoriile office, retail sau industrial.

În ceea ce privește tipologia de servicii oferite, 80% din cifra de afaceri provine din lucrări de monitorizare geotehnică și structurală, iar 20% reprezintă încercări

statice și dinamice ale proiectelor de poduri. De asemenea, 35% din lucrările de monitorizare geotehnică și structurală au fost realizate cu ajutorul soluțiilor digitale și au reprezentat activități de urmărire a comportării construcțiilor în timp real, o inovație pentru industria locală. Cele mai multe dintre proiectele publice în care Sixense România a fost implicată au provenit anul trecut din vestul țării și din proximitatea Capitalei, în timp ce proiectele private au vizat orașele mari ale României: București, Cluj, Timișoara sau Constanța. Printre proiectele publice aflate în portofoliul companiei anul trecut, amintim: monitorizarea Lot 3 Autostrada Lugoj-Deva, monitorizarea sălii laser de la Extreme Light Infrastructure – Nuclear Physics Center (Centrul de Cercetare ELI-NP de la București-Măgurele), instrumentarea pentru monitorizarea în timp real a unei pasarele din Oradea, încercarea cu probe a Podului suspendat de peste Dunăre din Brăila și altele.

PLANURI PENTRU 2024: CREȘTEREA BUSINESSULUI CU 20%

Pentru 2024, compania țintește o creștere cu 20% a business-ului. În acest sens, formarea și pregătirea tehnică continuă a echipei sale de specialiști este unul dintre planurile importante pentru Sixense România în acest an.

Compania are activitate atât în București, cât și în alte centre importante din România, cum ar fi Cluj și Iași, și poate deservi proiecte pe întreg teritoriul țării. Sixense România este și membru co-fondator al Asociației Profesionale de Monitorizare Geotehnică și Structurală (APMGS) și deține singurul laborator autorizat de analize și încercări în construcții din România, dedicat exclusiv activităților de monitorizare geotehnică și structurală.

*Artesana

Artizanii laptelui



Așa e laptele

Bogat, curat, integral, 100%
românesc, nestandardizat
și neomogenizat.

Pasteurizat la temperatură
blândă, cu caimac, ambalat
în sticlă.

Întotdeauna în sticlă.



www.artesana.ro
artizanii laptelui



AI NEVOIE DE **BETON**?

www.urgentbeton.ro

