



Nr. 17, decembrie 2024

clubantreprenor.ro

REVISTA AFACERILOR DE FAMILIE
PUBLICAȚIE DE EDUCAȚIE, CULTURĂ ȘI ACȚIUNE ANTREPRENORIALĂ



Interviu cu

Avocat Flavius Crâznic,
Managing Partner, CRÂZNIC & ASSOCIATES

PERFECT IS NOT ENOUGH

Spațiu de creație (folosiți foi suplimentare dacă este nevoie)

Ratza®

You create. We protect.

Este timpul să promovăm mai intens beneficiile capitalismului!



MIRCEA FICA,
Editor Coordonator

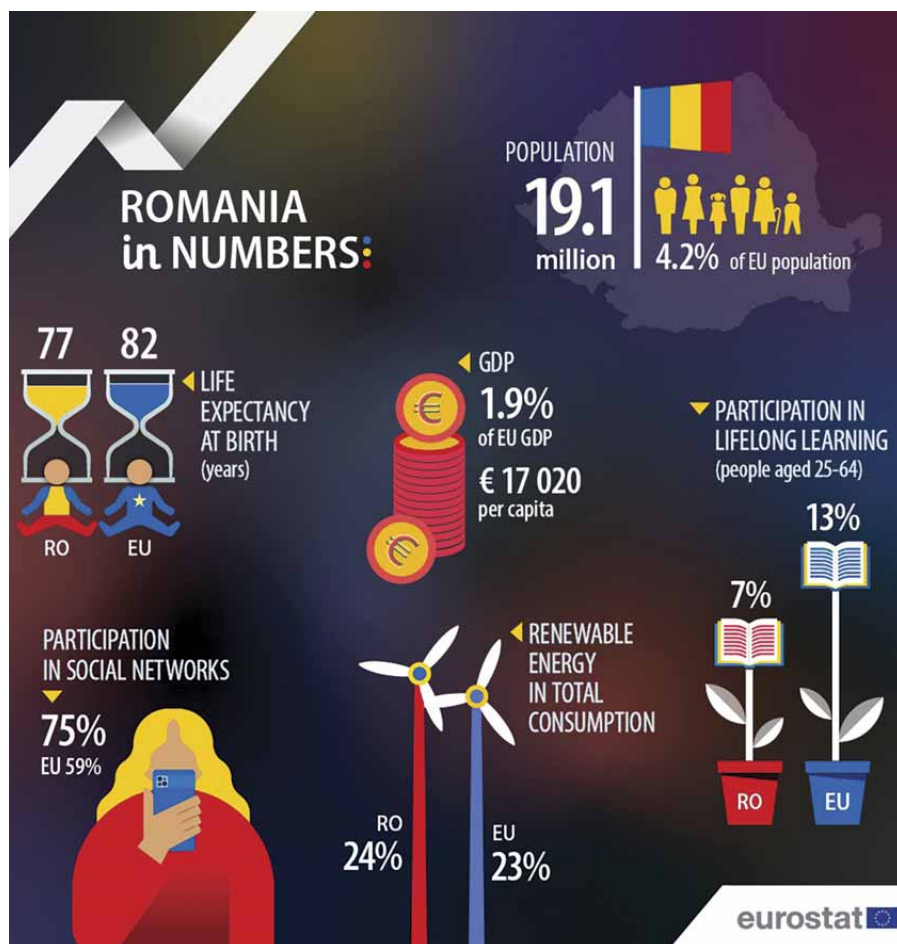
Rezultatele de la ultimele alegeri prezidențiale și parlamentare au arătat că societatea românească este divizată și se află într-o criză profundă de încredere. Există foarte mulți compatrioți care preferă personaje și formațiuni populiste și dubioase, care profită de naivitatea și lipsa de cultură politică și civică a votanților. Alegătorii nu mai au încredere în oameni politici cât de cât normali și responsabili, cu experiență în administrație. Este vina cetățenilor pentru că nu se informează și vina partidelor politice și a jurnaliștilor pentru că nu știu să explice și să promoveze realizările și evoluția economică remarcabilă din ultimele două decenii. Suntem invadați zilnic de știri negative. Dar România de astăzi exportă de nouă ori mai mult decât România lui Ceaușescu. Suntem unul dintre motoarele industriale ale Europei. Cele mai mari exporturi ale țării noastre ca valoare nu sunt cerealele, ci (în ordinea asta) mașini electrice, mașini, tractoare, camioane și componente pentru acestea. Câți cetățeni sunt conștienți de acest lucru? Câți cunosc faptul că suntem producătorul numărul 2 de biciclete în UE? Nivelul de trai a crescut semnificativ după aderarea la Uniunea Europeană. Încasările la buget sporesc în fiecare an, dovadă a eficienței și tenacității antreprenorilor și a companiilor multinaționale. Mai trebuie ca și cheltuielile bugetare să fie eficiente.

Vom adera 100% la Spațiul Schengen. Mai rămâne ca în 2026 să aderăm la Organizația de Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE). Aderarea la OCDE este cel mai important obiectiv de țară al României după aderarea la NATO și UE. Unul dintre cele mai mari beneficii ale integrării în OCDE este creșterea investițiilor în România, deoarece fondurile de investiții care acționează doar în state OCDE vor începe să fie interesate și de noi.

În perioada 4-8 decembrie 2024 avut loc Târgul de carte Gaudeamus Radio România. Am fost plăcut impresionat să văd foarte mulți tineri. Trebuie să avem mai mult respect pentru tineri. Ei citesc, se informează, sunt responsabili. Așteaptă ca și autoritățile statului să fie responsabile și oneste.

De asemenea, am participat recent la ediția a

IV-a a Foodservice & Hospitality Expo, singurul târg B2B dedicat profesioniștilor din domeniul mâncărilor, băuturilor, Retail și HoReCa din România și Europa de Sud-Est. Felicitări organizatorilor, echipei Horeca Insight Magazine conduse de Silvia Ion! Țara noastră este o forță în gastronomie, în producția și distribuția de mâncare și băuturi! Este timpul să avem mai multă încredere în companiile românești și multinaționale care aduc prosperitate, introduc noi tehnologii, promovează noi produse, stimulează descoperirea de noi resurse și mobilizează capitalul, își achită taxele la timp, contribuind la dezvoltarea comunităților locale. Este timpul să promovăm mai intens beneficiile libertății, ale apartenenței la Uniunea Europeană și la NATO și mai ales beneficiile capitalismului!





INTERVIUL EDIȚIEI

Perfect is not enough

Interviu cu Avocat Flavius Crâznic,
Managing Partner,
CRĂZNIC & ASSOCIATES

6

CLUB ANTREPRENOR

12 Vrem să devenim un etalon al calității și sustenabilității în piața imobiliară

Interviu cu Robertino Georgescu și Dan Drăgulin, Fondatorii Metropolitan Developments

18 Echipa noastră poate să acopere orice probleme de proprietate intelectuală

Interviu cu Stela Comănescu, Consilier Proprietate Intelectuală, Ratza & ratza

22 20 de ani de excelență în gastronomie și ospitalitate

Interviu cu Ana-Maria Deneș-Caranovic și Dragan Caranovic, Proprietari, Restaurantul Taverna Sârbului

26 IMM-urile românești vor explora o gamă largă de inițiative verzi

Interviu cu Bilge Demirer, Director General Adjunct, Aria Enterprise Banking, Garanti BBVA

30 Serviciile la 360 de grade în domeniul imobiliar, prin portalul Titirez.ro, agenția de marketing imoPR și CRM-ul ImobManager

Interviu cu Costina Petrescu, Director General, Titirez.ro, imoPR și ImobManager

36 200 de hectare de terenuri achiziționate în 2024. Venus Capital Investment se va concentra în continuare pe dezvoltarea proiectelor

Interviu cu Maria Iancu, General Manager, Venus Capital Investment

40 Elevii noștri se simt înțeleși, încurajați și valorizați

Interviu cu doamna Cristina Cojocaru, Fondator Școala Gimnazială „Little Genius”

44 Să vezi o afacere crescând și să știi că ai avut un rol în asta, pentru mine, este cea mai mare satisfacție

Interviu cu Cecilia Ianachis, Fondator, Class Fiscal Consulting

48 Vom deschide NBP Academy, unde vom oferi cursuri avansate de cosmetică

Interviu cu Bianca-Patricia Nahaiciuc, Fondator, NBP Clinique

52 Feedback-ul pozitiv din partea clienților ne motivează să ne îmbunătățim continuu

Interviu cu Octavian Barbu, Business Development Manager, Baker Tilly România

54 Asistență privind aplicarea Legii 361/2022 privind protecția avertizorilor în interes public

Articol de Dragoș Dincă

58 Îmbinăm inovator activitatea de formare profesională cu cea de suport în managementul schimbării

Interviu cu Mihail Mate, antreprenor, expert în Supply Chain

61 Suntem o echipă puternică, ambițioasă și unită

Interviu cu Valeria Crețu, Director Marketing, Dobrogea Group

62 Parteneriatele public-private se vor consolida

Interviu cu Florin Tache, Fondator, SYNESIS PARTNERS

65 Copiii cu dizabilități au nevoie de prevenție și tratament stomatologic

Interviu cu Daniela Staicu, Vicepreședinte, Asociația Merci Charity Boutique

66 Networking-ul este cel mai important lucru pentru un antreprenor

Interviu cu Flavius Dărășteanu și Andrei Lăpușcă, Fondatori, Prestige Consiliere

68 Ne aflăm într-un moment critic de conștientizare a importanței digitalului

Interviu cu doamna Claudia Archip, Managing Partner, Cognition

70 SAINTVIA - Transformăm ideile tale în oportunități finanțate!

72 Suntem un partener de încredere

Interviu cu doamna Carmen Păducel, Manager, PERLA ECO CLIN

74 Suntem un partener strategic care investește în succesul clienților săi

Interviu cu Dan Toma, CEO & Partner, difrnt.

76 RentGuard a evoluat într-o platformă completă de property management

Interviu cu Eduard Ancuța, CEO și Fondator, RentGuard

78 Inovații și produse noi pentru industria medicală și industria farmaceutică

Interviu cu Mădălina Cursaru, Director Proiect, Spin-off HYNAMAT

80 Accesul la platforme online e mult mai relevant decât media clasică

Interviu cu Maria Zvenigorodski, Managing Director & Founder, Akabel Agency

82 Contribuim la un viitor mai curat și mai sustenabil pentru România

Interviu cu Florin Dobrescu, Proprietar și Fondator, 3R GREEN

84 Tot mai mulți tineri au cultură ecologică

Interviu cu Alexandra Postelnicu, Director Executiv, ASOCIAȚIA PACHAMAMA ROMANIA

86 Copiii încep să simtă cum libertatea vine mereu cu responsabilitate

Interviu cu Maria Cristina Preda, Fondator, Echilibria Montessori Education

90 Eficiența energetică: o soluție esențială pentru IMM-uri în reducerea costurilor energetice și creșterea competitivității

NR. 17, DECEMBRIE 2024

REVISTA AFACERILOR DE FAMILIE
PUBLICAȚIE DE EDUCAȚIE, CULTURĂ ȘI ACȚIUNE ANTREPRENORIALĂ

PUBLICAȚIE EDITATĂ DE
BDC MEDIA GROUP SRL

REDACȚIA

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

DARIUS BUZGURE, REDACTOR
DARIUS.BUZGURE@CLUBANTREPRENOR.RO

CLARA IONESCU – REDACTOR

PAUL AURSULESEI - REDACTOR

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

IRINA VLAD, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER
IRINA.VLAD@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.

Aparține 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.

92 Educația este despre a-i învăța

92 pe copii cum să fie oameni mai buni, nu doar profesioniști mai buni

Interviu cu Prof. Înv. Primar Claudia Chiru

94 A fi antreprenor în România presupune să te adaptezi rapid și să fii mereu cu un pas înaintea

Interviu cu Alexandra Crășmaru, Owner, Clinica Illuma

96 Ajutăm IMM-urile să devină mai eficiente, mai competitive și să își îmbunătățească poziția pe piață

Interviu cu Alexandru Barbu, CEO, MATTEALE CONSULTING Services

99 Bine ați venit la Perfect Royal Events – creatorii de evenimente de neuitat

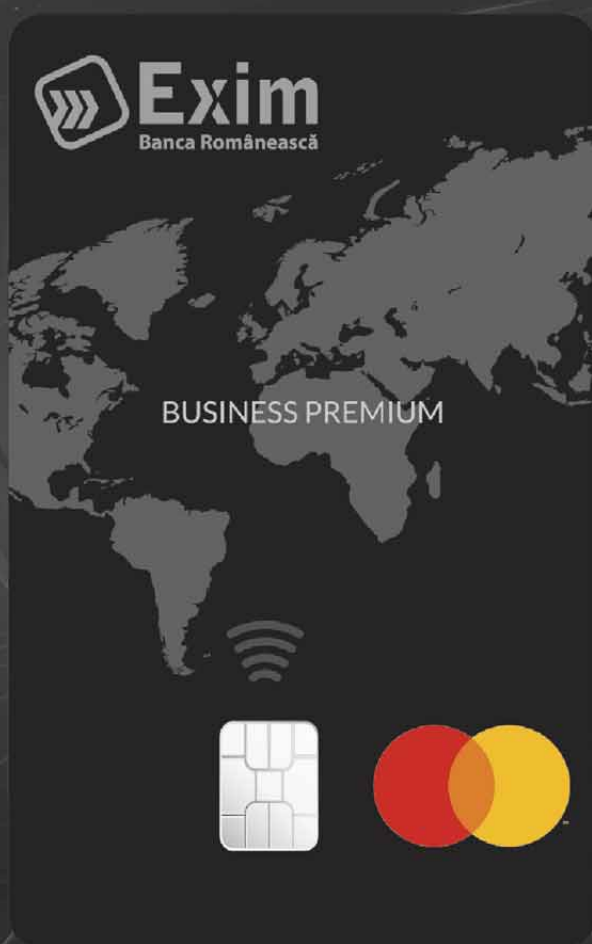
100 Printr-un proces decizional rapid și bine fundamentat, PALD Engineering optimizează resursele și asigură finalizarea lucrărilor la cele mai înalte standarde de calitate

Interviu cu Dorel Duliga, CEO, PALD Engineering

104 Frica ne arată unde trebuie să creștem

Interviu cu Vadim Turcanu, antreprenor și co-fondator al procesului UncageX

eximbank.ro



BENEFICII PREMIUM
PENTRU AFACEREA TA

Abonament anual (12 luni) la Club Antreprenor

Bună ziua,

Vă propunem să vă abonați la Club Antreprenor (revistă lunară tipărită + site + evenimente și networking).

De anul viitor revista noastră va avea o apariție lunară (cu 10 ediții, iulie-august și decembrie-ianuarie vor fi ediții comune).

Pentru următoarele 12 luni abonamentul la Club Antreprenor este următorul.

Abonament 12 luni: 2.000 de lei + TVA

Avem plăcerea să vă prezentăm o ofertă specială pentru un abonament integrat la Club Antreprenor, care include următoarele beneficii:

- Un articol / lună (1 x 12) publicat pe clubantreprenor.ro și pe rețelele de socializare.
- Un interviu realizat de echipa Club Antreprenor. Va fi publicat pe clubantreprenor.ro.
- Primirea revistei tipărite Club Antreprenor (10 ediții / an) la sediu / birou.
- Acces fizic (în audiență) la evenimentele organizate de Club Antreprenor. Aveți și acces la prezentările vorbitorilor și la înregistrarea video integrală a conferințelor și a Galelor.

Inspiră-te, conectează-te și implică-te în comunitatea antreprenorială!

Planificare evenimente 2025: www.bit.ly/4gnqtml



POSM Display



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

www.largeformat.globalprint.ro

Perfect is not enough

Interviu cu Avocat Flavius Crâznic,
Managing Partner, CRÂZNIC & ASSOCIATES

Cât de mult vă ajută în cariera de avocat și în managementul de zi cu zi al societății faptul că ați fost procuror?

Mă ajută din ambele puncte de vedere. Bineînțeles că orice experiență în domeniul juridic contează, iar cea de procuror cu atât mai mult asigurând avocatului o pregătire profesională temeinică.

În ceea ce privește managementul de zi cu zi, SCA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII funcționează într-un mod similar unităților de parchet, atât din punct de vedere al selecției avocaților, organizării și modului de lucru, astfel încât să existe premisele unei confruntări juridice cu egalitate de arme între acuzare și apărare.

Ce reprezintă pentru dumneavoastră profesia de avocat și care sunt valorile după care v-ați ghidat în exercitarea acesteia?

Profesia de avocat este una frumoasă, cu provocări continue care impun să-ți dovedești profesionalismul în fiecare zi, în fiecare caz în parte. Degeaba ai fost în trecut procuror sau judecător, degeaba ai avut rezultate în trecut, dacă astăzi nu ești



Flavius Crâznic este Managing Partner și avocat specializat în drept penal și dreptul afacerilor.

După absolvirea Facultății de Drept a Universității București, în 1994, a devenit procuror la Parchetul de pe lângă Judecătoria Sectorului 3 București, parcurgând apoi toate treptele profesionale.

A activat în cadrul Parchetului de pe lângă Tribunalul București și Parchetului de pe lângă Curtea de Apel București, pentru ca în perioada 1998-2010 să-și desfășoare activitatea în cadrul Parchetului de pe lângă Înalta Curte de Casație și Justiție (Parchetul General).

În decursul carierei de procuror a deținut mai multe funcții de conducere atât în cadrul Parchetului de pe lângă Înalta Curte de Casație și Justiție (DIICOT) cât și în cadrul altor instituții (Guvernul României – Oficiul Național Pentru Prevenirea și Combaterea Spălării Banilor unde a îndeplinit funcția de secretar de stat-membru al Plenului și Ministerul Justiției unde a fost consilier al ministrului justiției).

A participat la cursuri de pregătire organizate în Statele Unite ale Americii și Uniunea Europeană de Departamentul de Justiție al S.U.A., Academia FBI, Academia Europeană de Drept din Trier, Institutul Superior Internațional de Științe Criminale din Siracusa, Universitatea din Catania, Universitatea din Bayreuth, Universitatea din Pau, Universitatea „Rey Juan Carlos” etc.

Din anul 2010 este avocat asigurând apărarea în special în cauze aflate pe rolul Direcției Naționale Anticorupție, Direcției de Investigare a Infraacțiunilor de Criminalitate Organizată și Terorism și Înaltei Curți de Casație și Justiție.

A fost distins cu DIPLOMA MERITUL JUDICIAR acordată de Președintele României.

destul de pregătit. Așa că, dacă vrei să faci avocatură la nivel înalt trebuie să fii mai bun în fiecare zi.

Valorile după care mă ghidez nu au legătură cu profesia. Fiecare om are sau ar trebui să aibă principiile lui în viață.

Atât ca procuror, cât și ca avocat am respectat supremația legii și mi-am făcut meseria cu seriozitate, corectitudine, respect, profesionalism, valori pe care le-am implementat și la CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII.

Cum vă împărțiți între responsabilitățile de avocat și cele de manager, antreprenor ?

Ambele activități necesită mult timp și resurse. Prin urmare pentru a le putea exercita pe ambele la standardul dorit este nevoie de o organizare strictă a activității și alocarea timpului necesar pentru rezolvarea agendei zilnice. Altfel, problemele nerezolvate se adună și riști să nu le mai poți face față.

Din fericire, în prezent la CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII avem o echipă foarte bună care a înțeles că fără rigurozitate, organizare și dedicare nu poți ajunge la rezultatele dorite.

Ce înseamnă echipa Crâznic & Associates? Cum vă motivați și stimulați echipa de avocați și de colaboratori?

Echipa înseamnă totul într-o societate de avocatură și, în general, într-o companie. Societatea este ca o mașinărie cu multe roțițe, fiecare la fel de importantă și care trebuie să funcționeze perfect. Dacă o roțiță nu funcționează la parametri optimi și funcționarea mașinăriei are de suferit. Sigur, nimeni nu este de neînlocuit, dar am încercat întotdeauna să aduc la CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII cei mai buni oameni și să mă asigur că pe fiecare palier de activitate, există întotdeauna mai multe persoane pregătite să îndeplinească o anumită sarcină.

Avocații de la CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII beneficiază de condiții adecvate de lucru și de o bună pregătire profesională sub îndrumarea partenerilor seniori, toți foști magistrați cu experiență. Sunt motivați să facă o treabă excelentă în avocatură fiindcă

asa au fost selectați. Bineînțeles, și la CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII există o grilă de remunerare și premiere în funcție de rezultatele obținute, munca depusă, gradul de implicare și satisfacția clienților.

Vă rugăm să prezentați pe scurt avocații din echipa Crâznic & Associates.



Daniela Cristina Crâznic

Daniela Cristina Crâznic este avocat specializat în drept civil și comercial. A urmat cursurile Facultății de Drept a Universității București și cursuri de specializare în Drept și Relații Internaționale absolvind în 1991.

Și-a continuat pregătirea profesională absolvind Institutul Național de Pregătire și Perfecționare a Magistraților.

În anul 1991 a devenit procuror la Parchetul de pe lângă Judecătoria Sectorului 3 București, ulterior promovând la Parchetul de pe lângă Tribunalul București și Parchetul de pe lângă Înalta Curte de Casație și Justiție, activitatea desfășurată constând, în special, în susținerea în instanță a cauzelor penale și civile.

Din anul 1995 este avocat, profesând în domeniul dreptului civil și comercial.

Marius Neculcea, fost Procuror General al Parchetului de pe lângă Curtea de Apel Timișoara în perioada 2019 - noiembrie 2022, s-a alăturat echipei de avocați de la SCPA

CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII (www.craznic.ro) în calitate de SENIOR PARTNER și coordonează activitatea în domeniul dreptului penal al afacerilor pentru partea de vest a României, Austria și Ungaria.

Marius este avocat specializat în dreptul penal al afacerilor, conferențiar universitar dr. la Facultatea de Științe Juridice în cadrul Universității de Vest „Vasile Goldiș” Arad și formator în cadrul Institutului Național al Magistraturii, având o bogată experiență dobândită în decursul carierei sale de peste 30 de ani la vârful justiției române.

Pe lângă funcțiile de conducere deținute în cadrul Ministerului Public, Marius Neculcea deține, din 2007, titlul științific de DOCTOR ÎN DREPT și este autor al unor lucrări și articole apărute în publicații de specialitate.

A absolvit cursuri de pregătire organizate de organizate de Federal Bureau of Investigation (FBI), United States Department of State (USDOS), International Narcotics and Law Enforcement Bureau (INL) și alte organizații prestigioase de aplicare a legii.

Marius Neculcea a fost distins, în anul 2002, cu diploma „Meritul Judiciar” acordată de Președintele României, pentru rezultatele meritorii obținute în activitate, respectarea îndatoririlor prevăzute de lege și calificativul anual de „foarte bine”.



Marius Neculcea



Laurențiu Vintilă

Laurențiu Vintilă este avocat (Senior Partner) în cadrul *SCPA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII*.

A absolvit Facultatea de Drept din cadrul Universității București în anul 1994, profesând peste 25 de ani ca procuror la cel mai înalt nivel, îndeplinind funcții de conducere importante în sistemul judiciar, atât în cadrul Ministerului Public, cât și în cadrul Ministerului Justiției.

Laurențiu a dobândit o experiență deosebită ca inspector judiciar, îndeplinind

funcția de Director al Direcției de Inspecție pentru Procurori din cadrul Inspecției Judiciare. S-a alăturat echipei *SCPA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII* în mai 2022 desfășurându-și activitatea în cadrul departamentului de drept penal-comercial. Pregătirea multidisciplinară și profesionalismul de care dă dovadă îi permit să abordeze cu succes cauze penale, civile, comerciale și fiscale.

Bianca Popa este avocat în cadrul *SCPA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII*.

A absolvit Facultatea de Drept în cadrul Universității București în anul 2022, iar în toamna aceluiași an a dobândit calitatea de avocat în cadrul Baroul București.

Pe parcursul anilor de studiu a dobândit cunoștințe temeinice în toate ramurile dreptului. Gândirea analitică, motivația și perseverența stau la baza activității sale profesionale, iar capacitatea de lucru, de comunicare și cunoștințele temeinice conduc întotdeauna la rezultate pozitive.

Flavius Olteanu este avocat în cadrul *SCPA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII*.

A absolvit Facultatea de Drept din cadrul Universității din București în anul 2021. Și-a continuat studiile urmând programul de master „Achiziții publice, concesiuni, parteneriat public-privat” din cadrul aceleiași Facultăți, pe care l-a absolvit în anul 2022.

În toamna anului 2022, a dobândit calitatea de avocat în cadrul Baroului București.

În perioada anilor de studiu și-a completat pregătirea profesională prin desfășurarea de stagii de practică, atât în ramura dreptului penal în cadrul unor instituții publice, cât și în ramura dreptului public, urmând un program de internship la Guvernul României. S-a alăturat echipei noastre în august 2023 și își desfășoară activitatea în cadrul departamentului de drept penal – comercial. Responsabilitatea, perseverența și atenția la detalii sunt principalele calități care au stat la baza formării sale profesionale și personale.

Iulian Nuțu este avocat în cadrul *SCPA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII*.

A absolvit Facultatea de Drept din cadrul Universității Titu Maiorescu București în anul 2023. Și-a continuat studiile urmând



Flavius Olteanu

programul de master „Științe penale” din cadrul aceleiași universități, pe care l-a absolvit în anul 2024.

Iulian a absolvit și Facultatea de „Contabilitate și Informatică de Gestiune” din cadrul Academiei de Studii Economice București.

S-a alăturat echipei noastre în iunie 2024. Buna pregătire profesională, pragmatismul și eficiența îl fac pe Iulian să abordeze cu succes atât cauze de drept penal, cât și din sfera dreptului civil – comercial.



Bianca Popa



Iulian Nuțu



Luiza Bîrsan

Luiza Bîrsan este avocat în cadrul *SCPA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII* din octombrie 2024. Este absolventă a Facultății de Drept din cadrul Universității din București. Și-a completat pregătirea cu stagiile de practică efectuate în timpul anilor de studiu. Luiza a fost timp de 2 ani office managerul societății, iar calitățile organizatorice de care a dat dovadă și cunoștințele dobândite constituie o bază excelentă și premisele pentru o carieră de succes în avocatură.



Eduard Pascu

Eduard Pascu este director tehnic în cadrul *SCPA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII*. Din anul 2022 este student al Facultății de Drept din cadrul Universității Ecologice din București. Eduard s-a alăturat echipei noastre în mai 2024. Punctualitatea, perseverența și îndemânarea de care dă dovadă Eduard fac ca orice problemă administrativă a societății să fie gestionată eficient.

Ruxandra Gabriela Strejoiu este asistent manager în cadrul *CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII – Societate Civilă de Avocați*. Este absolventă a Facultății de Științe Economice și Drept din cadrul Universității Naționale de Știință și Tehnologie Politehnica București, Centrul Universitar Pitești și în prezent, masterandă la Școala Națională de Studii Politice și Administrative (SNSPA). Ruxandra s-a alăturat echipei noastre în noiembrie 2024. Ambițioasă și organizată, Ruxandra se ocupă de partea administrativă a societății oferind suport avocaților în îndeplinirea sarcinilor.

Prin ce se caracterizează stilul dumneavoastră de leadership?

Exigență, seriozitate, corectitudine, profesionalism. De altfel, motto-ul *SCA CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII* este „*Perfect is not enough*”, așadar îmi plac lucrurile foarte bine făcute. Încercăm să facem totul perfect și chiar dacă nu reușim întotdeauna faptul că ne impunem un asemenea nivel conduce la o calitate ridicată a activității noastre.

Peste 65% din prestațiile profesionale sunt asigurate de avocați pe baza unor recomandări. Care ar fi celelalte surse prin care avocații își asigură o clientelă stabilă?

Aș putea spune că în cazul nostru procentul este mai mare, aș estima spre 90%. Clientela stabilă o asigurăm prin seriozitate și profesionalism. Un client, dacă este mulțumit va apela la același avocat și pentru alte probleme juridice și-l va recomanda și altor persoane. Așadar, cea mai bună formă de publicitate este munca bine făcută. Foarte puține persoane apelează la avocat



Ruxandra Gabriela Strejoiu

căutându-l pe net, fiindcă relația avocat-client este bazată pe încrederea care se construiește în timp. Există totuși și câteva astfel de cazuri, pe care le tratăm cu aceeași atenție ca și pe celelalte, indiferent dacă onorariul nostru este mai mic sau mai mare.

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

Am avut și avem clienți din toate sectoarele de activitate începând cu oameni politici din toate partidele, miniștri, parlamentari, oameni de afaceri români și străini, magistrați, medici etc., dar în măsura în care încărcătura de dosare ne permite avem ușa deschisă pentru orice persoană care are nevoie de asistență juridică și reprezentare. Deși activitatea noastră se desfășoară preponderent în domeniul dreptului penal-comercial, echipa de la *CRÂZNIC ȘI ASOCIAȚII* este pregătită să gestioneze și cauze din sfera dreptului civil, contencios administrativ, dreptul muncii, drept european etc. Este adevărat că în ultimii ani numărul dosarelor din portofoliu a crescut, dar în ceea ce privește complexitatea lor nu am remarcat schimbări majore poate și pentru că, în profesia noastră pregătirea este continuă și ești obligat să ții pasul cu toate noutățile, legislative și nu numai.

Ce strategie de dezvoltare aveți în perioada următoare? Intenționați să dezvoltați și alte arii de practică?

În sectorul privat trebuie tot timpul să te adaptezi și să te dezvolti ca să rămâi în top. Cum spuneam în prezent acoperim cam toate ariile de practică în ceea ce privește litigiile, dar îmi doresc să dezvoltăm și să extindem activitatea de consultanță acordată companiilor românești și străine. În ultimul timp tot mai multe societăți comerciale apelează la consultanță de specialitate pe parcursul activității desfășurate, ceea ce este un lucru bun atât pentru societățile respective cât și pentru mediul de afaceri.

Cu ce experți (notari, practicieni în insolvență, executori judecătorești, traducători, evaluatori autorizați, consultanți fiscali etc.) colaborați constant?

Din fericire în fiecare domeniu de activitate există oameni serioși, profesioniști și, în 30 de ani de activitate, ajungi să-i identifice, să știi pe cine te poți baza și pe cine nu. Colaborăm cu tot felul de specialiști în funcție de specificul fiecărui caz în parte.

Cât de mult ar contribui la celeritatea proceselor informatizarea instanțelor de judecată?

Să știți că în ceea ce privește informatizarea instanțelor de judecată s-au făcut pași importanți. Sigur, întotdeauna este loc de mai bine, dar principala problemă în justiție la ora actuală pare să o reprezinte lipsa de personal. De exemplu, la o instanță din apropierea Capitalei este angajat un singur grefier și din această cauză termenul în care începe judecată într-un proces civil poate fi și de aproximativ 2 ani, ceea ce sigur dezavantajează justițiabilii care sunt îndreptățiți să primească soluția instanței cu celeritate.

De asemenea, numărul mic de judecători și procurori din anumite instanțe și parchete reprezintă o problemă care însă pare a fi în curs de rezolvare, având în vedere numeroasele concursuri organizate de Consiliul Superior al Magistraturii pentru completarea schemelor de personal.

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

Depinde. Sunt companii mari, serioase care acordă o atenție deosebită acestui lucru dar și societăți care îl ignoră. Mai devreme sau mai târziu acestea din urmă vor avea de suferit și vor ieși de pe piață. Și din această cauză societățile comerciale trebuie să aibă un departament juridic sau să apeleze la serviciile unei societăți de avocatură.

Companiile românești sunt sub presiunea instituțiilor – ANAF, Consiliul Concurenței, Garda de Mediu, Inspekția Muncii etc. Când vor înțelege funcționarii publici că ei trebuie să stimuleze mediul de afaceri, și nu să-l timoreze?

Cred că aceasta este o problemă veche de sistem care s-a tot perpetuat și nu s-a rezolvat nici astăzi. Am văzut multe societăți românești intrând în insolvență sau faliment datorită unor controale sau anchete desființate după ani de zile de instanțele de judecată pentru netemeinicie sau nelegalitate.

Probabil că este necesar un dialog mai apăsător între reprezentanții mediului privat și factorii responsabili și cu siguranță de numirea unor oameni mai capabili la





conducerea acestor instituții și a ministerelor de resort, în sensul că asemenea funcții ar trebui ocupate de oameni cu o solidă pregătire și experiență care au dovedit deja că sunt buni în meseria lor făcând ceva notabil.

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

Am observat că nu prea și le cunosc. Cu certitudine n-ar strica puțin accent pe educația juridică în școli pentru că în viață te lovești oriunde de chestiuni juridice. Din câte cunosc, cel puțin la nivelul Baroului București, au existat mereu programe de dezvoltare a educației juridice în școli, mulți dintre colegii mei implicându-se în astfel de proiecte.

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

Sunt avocat din 2010 și de atunci dimensiunea businessului și implicit portofoliul de clienți au crescut constant așa că mă aștept ca trendul ascendent să continue și în următorii 5 ani.

SCA CRĂZNIC ȘI ASOCIAȚII și-a câștigat un loc important printre firmele de avocatură din România, iar rolul meu ca Managing Partner este ca, alături de echipa mea, să consolidez această poziție. Și dacă reușim să facem acest lucru înseamnă că ne-am făcut treaba bine.

Ce ar trebui să facă Executivul pentru a sprijini și mai mult / eficient companiile românești?

Eu conduc o societate de avocatură așa că nu știu dacă sunt cel mai potrivit să dau sfaturi referitoare la sprijinirea companiilor românești în general, dar cum spuneam „omul sfințește locul” și cred că cel mai important lucru este ca omul potrivit să ajungă la locul potrivit. Prin urmare rolul executivului este și acela de a încredința conducerea unor domenii de activitate strategice

Am văzut multe societăți românești intrând în insolvență sau faliment datorită unor controale sau anchete desființate după ani de zile de instanțele de judecată pentru netemeinicie sau nelegalitate.

unor profesioniști recunoscuți și nu unor oameni politici.

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

De obicei lucrez și în weekend, așa că după o săptămână intensă de lucru urmează... alta. Momentele de respiro sunt în general în vacanțele de vară/iarnă. În rest nu fac nimic deosebit, îmi petrec eventualul timp liber cu familia și prietenii urmăresc programe sportive și filme la TV.



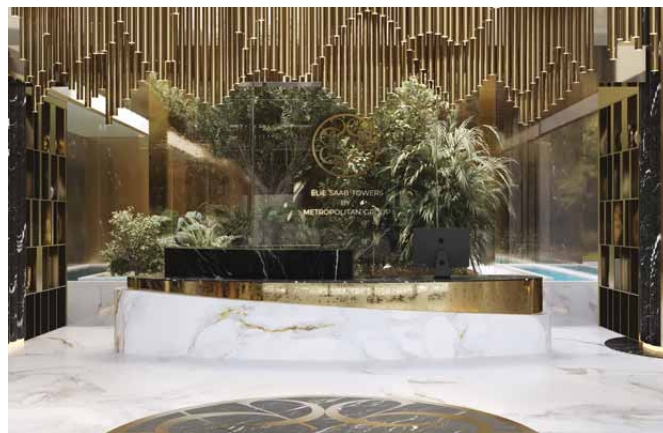
Vrem să devenim un etalon al calității și sustenabilității în piața imobiliară

Interviu cu Robertino Georgescu și Dan Drăgulin,
Fondatorii Metropolitan Developments



Care sunt pilonii care au stat la baza succesului Metropolitan Developments?

Succesul nostru se bazează pe patru piloni fundamentali, după cum urmează: primul este **inovatia**. De la bun început, ne-am propus să nu fim doar un dezvoltator imobiliar pe piață, ci să aducem ceva nou. Fie că vorbim de utilizarea tehnologiilor de construcție moderne, de implementarea conceptelor smart home sau de proiectarea unor spații flexibile și personalizabile, am încercat mereu să fim cu un pas înainte. Al doilea pilon este **calitate**. Știți, în acest domeniu, calitatea construcției este ceea ce determină dacă un client devine ambasadorul tău sau îți evită proiectele. Pentru noi, asta înseamnă să lucrăm doar cu furnizori de top, să avem echipe bine pregătite și să verificăm fiecare detaliu al execuției în parte, *dovada fiind cele peste 4.500 de apartamente cu care ne mândrim*. Apoi, avem **sustenabilitatea**, ce este un aspect vital în zilele noastre. Nu este suficient să construiești doar pentru astăzi; *trebuie să ai mereu imaginea zilei de mâine în minte*. Proiectele noastre sunt orientate către eficiență energetică și utilizarea materialelor ecologice. Ultimul pilon, *dar unul cu un puternic impact asupra dezvoltării noastre*, este **relația cu clienții**. Am înțeles că piața imobiliară nu înseamnă doar apartamente și metri pătrați. Oamenii cumpără un stil de viață, siguranță și confort. Încercăm să ascultăm, să înțelegem și să adaptăm fiecare proiect în funcție de aceste nevoi. Acești patru piloni ne-au ghidat în fiecare decizie și cred că asta ne-a diferențiat pe piață.



Prin ce se caracterizează stilul dumneavoastră de leadership?

Stilul nostru de leadership este unul bazat pe colaborare și transparență. Credem cu tărie că succesul unei companii nu depinde doar de viziunea liderului, ci de capacitate acestuia de a inspira și de a lucra alături de echipa sa. Ne place să ascultăm ideile celor din jur, să oferim angajaților un mediu în care se simt încurajați să vină cu soluții inovatoare și să-și asume responsabilitatea pentru proiectele lor.

De asemenea, suntem susținători ai dezvoltării continue. Investim mult în

formarea echipei, fie prin cursuri, fie prin acces la tehnologie avansată. Consider că un lider adevărat trebuie să fie mai mult decât o figură autoritară. Este un ghid, un facilitator și, mai ales, o sursă de motivație.

Pe lângă toate acestea, cred în deciziile informate. Orice direcție strategică pe care o alegem este bazată pe date concrete, pe analiză de piață și pe consultarea celor implicați. Într-un domeniu atât de dinamic cum este cel al imobieliarelor, adaptabilitatea și încrederea în echipă fac diferența între un proiect de succes și unul mediocru.

Care au fost cele mai reprezentative proiecte ale Metropolitan Developments?

Metropolitan Developments a realizat numeroase proiecte remarcabile în București. Iată câteva dintre cele mai reprezentative:

a. ELIE SAAB Towers

Un proiect de lux situat în nordul Bucureștiului, ELIE SAAB Towers este primul ansamblu rezidențial cu semnătură de brand din regiune. Acesta include 141 de apartamente și oferă facilități premium, precum servicii de



tipul: centru spa, sală de fitness, piano bar și parcare cu valet.

b. Metropolitan Viilor

Situat în apropierea Parcului Carol, acest ansamblu rezidențial este aproape finalizat și urmează să fie dat în folosință în toamna acestui an. Proiectul se remarcă prin finisaje de înaltă calitate și o locație excelentă.

c. Metropolitan Berceni

Un proiect rezidențial situat în zona de sud a Bucureștiului, aproape de stația de metrou Dimitrie Leonida. Acesta oferă apartamente moderne și acces facil la transportul public.

d. Metropolitan Mihai Bravu

Acest proiect este localizat în apropierea Parcului Tineretului și a Mall-ului Vitan,

având acces direct la Șoseaua Mihai Bravu. Este cunoscut pentru poziționarea excelentă și facilitățile oferite.

Ce ne poți spune despre oamenii care au cumpărat și cumpără apartamente în clădirile ridicate de grupul dumneavoastră? Ce profesii au?

Clienții noștri sunt extrem de diferiți, dar dacă ar fi să fac un profil general, aş spune că majoritatea provin din segmente cu nivel de venituri mediu spre ridicat. Mulți dintre ei lucrează în domenii precum: IT, finanțe, medicină sau antreprenariat. Sunt oameni care apreciază calitatea, confortul și accesibilitatea.

Observăm totodată un interes crescut din partea familiilor tinere, care își doresc un mediu sigur și prietenos pentru copii. *Când alegem zona pentru edificarea unui ansamblu rezidențial, luăm în calcul și integrăm spații de joacă, grădini comunitare și alte facilități care aduc un plus de valoare vieții de zi cu zi.*

Pe de altă parte, avem și investitori care cumpără pentru a închiria mai departe. Acest segment apreciază mai ales locațiile strategice și randamentul bun al investiției. *Ceea ce este clar este că, indiferent de profil, toți clienții au în comun aceeași dorință, de a avea o locuință care să le îmbunătățească stilul de viață, fie prin facilități moderne, fie prin proximitatea față de zonele de interes.*

Cu ce birouri de arhitectură colaborați?

Lucrăm cu mai multe birouri de arhitectură, atât din România, cât și din străinătate, în funcție de specificul proiectului. Un partener constant este un birou local cu o reputație excelentă, specializat în proiecte rezidențiale moderne și eficiente.

Ceea ce căutăm la partenerii noștri este nu doar creativitatea, ci și capacitatea de a înțelege nevoile comunității pentru care construim. Cred că un arhitect bun este cel care poate traduce viziunea noastră în ceva care nu doar arată bine, ci și funcționează excelent pe termen lung.

Forța de muncă a fost și este o mare problemă pentru companiile din industria de construcții. Cum ați rezolvat voi această problemă?

Forța de muncă este într-adevăr o provocare majoră în industria de construcții, mai ales în contextul migrației masive a muncitorilor calificați către alte țări. Am adoptat mai multe strategii pentru a ne asigura că avem echipe bine pregătite și motivate. Prima strategie a fost investiția în formarea profesională. Organizăm cursuri și ateliere pentru muncitori, oferindu-le acces la tehnologii moderne și instruire pe șantiere reale. În felul acesta, nu doar că își dezvoltă competențele, dar rămân loiali companiei. A doua măsură a fost crearea unor condiții de muncă mai bune. Am înțeles că nu este suficient să oferi un salariu competitiv, trebuie să asiguri și un mediu sigur, echitabil și motivant. *Din acest motiv*, am implementat standarde stricte de siguranță și am introdus beneficii, precum bonusuri de performanță și suport pentru familiile angajaților noștri. De asemenea, recrutăm și muncitori din alte țări, cum ar fi Vietnam sau India, oferindu-le atât sprijin pentru integrare, cât și un pachet atractiv de beneficii. Este o soluție care funcționează bine în acest moment, mai ales pentru proiecte mari.

La ce proiecte lucrați acum?

ELIE SAAB Towers

Este un proiect rezidențial de lux situat în partea de nord a Bucureștiului. Acest proiect este primul ansamblu rezidențial cu semnătură de brand din regiune, dezvoltat în

colaborare cu renumitul brand de modă ELIE SAAB. Iată câteva caracteristici:

Apartamente de Lux: Proiectul include 141 de apartamente cu finisaje de înaltă calitate și piese de mobilier exclusive, proiectate de ELIE SAAB Maison.

Facilități: Rezidenții pot beneficia de facilități premium, cum ar fi servicii de concierge, centru spa, sală de fitness, piano bar și parcare cu valet.

Design: Designul combină estetica contemporană cu influențe clasice, rezultând o combinație de lux modern și farmec atemporal.

Locație: Situate într-o zonă de Nord - cartier Herăstrău, turnurile oferă acces facil la diverse facilități și locații cheie din oraș.

Metropolitan Viilor este un complex rezidențial situat pe Șoseaua Viilor, în apropiere de Parcul Carol, în Sectorul 5 al Bucureștiului. Acest proiect este cunoscut pentru locația sa excelentă și finisajele de înaltă calitate. Iată câteva detalii:

Apartamente: Complexul constă în 200 de apartamente, inclusiv garsoniere, apartamente cu 2 camere, 3 camere și 4 camere. Apartamentele variază ca dimensiune de la 37 m² la 104 m².

Facilități: Complexul oferă diverse facilități, cum ar fi acces la internet prin fibră optică, iluminat stradal, încălzire centrală, încălzire în pardoseală și lifturi moderne.

Locație: Complexul este situat aproape de puncte cheie precum Parcul Carol, Parcul Tineretului, Piața Unirii și stația de metrou Eroii Revoluției. De asemenea, are acces facil la transportul public, inclusiv tramvaie, autobuze și metrou.

De unde vă asigurați finanțarea pentru realizarea proiectelor?

Finanțarea este un element esențial în orice proiect imobiliar, iar noi am adoptat o strategie mixtă pentru a ne asigura stabilitatea financiară.

O parte din finanțare vine din surse proprii, ceea ce ne permite să demarăm proiectele rapid și să avem un control mai mare asupra termenelor.

Pe de altă parte, lucrăm strâns cu instituții financiare locale: Avem parteneriate solide cu bănci de top din România, precum Libra Internet Bank, ce ne oferă soluții de creditare adaptate specificului fiecărui proiect.

Cu ce furnizori de materiale de construcții, echipamente și accesorii aveți parteneriate?

Lucrăm exclusiv cu furnizori de încredere, care ne pot garanta calitatea și livrarea la timp. Avem parteneriate cu companii internaționale de renume pentru materiale de bază, precum betonul, oțelul și fațadele de sticlă. De asemenea, lucrăm cu producători locali. Acest lucru ne ajută să reducem costurile de transport și să susținem economia locală.

Pentru echipamente și accesorii colaborăm cu branduri de top, cunoscute pentru inovație și durabilitate. De exemplu, toate instalațiile sanitare și electrice pe care le folosim sunt certificate pentru eficiență, echipamentele de climatizare sunt de ultimă generație. În esență, alegem parteneri care împărtășesc aceeași viziune de calitate și sustenabilitate ca și noi.

În ultimii ani a fost o efervescență pe toate segmentele – rezidențial, birouri, industrial, logistic, retail, hoteluri, etc. Putem concludiona că piața imobiliară din țara noastră este una matură?

Cred că piața imobiliară din România se află într-o etapă de maturizare, dar mai avem încă pași de făcut pentru a ajunge la nivelul unor piețe vest-europene sau ale Orientului Mijlociu. Ce vedem acum este o diversificare a segmentelor de piață - de la rezidențial la birouri, logistic, retail și hoteluri - ceea ce indică o *cerere tot mai bine definită*.

Un semn clar al maturizării este apariția proiectelor integrate, care combină mai multe funcțiuni într-un singur spațiu, dar și interesul crescut pentru sustenabilitate. Investitorii străini, care reprezintă o parte semnificativă a pieței, au încredere în potențialul României și contribuie la standardizarea unor practici internaționale. Totuși, există și provocări care ne arată că nu suntem încă acolo unde ar trebui să fim. De exemplu, birocrăția, lipsa infrastructurii moderne în anumite regiuni și volatilitatea legislativă pot frâna acest proces. În concluzie, piața este pe drumul cel bun, dar este nevoie de eforturi suplimentare din partea tuturor actorilor implicați pentru a consolida această maturitate.



Din informațiile dumneavoastră care sunt factorii care au determinat creșterea masivă a prețurilor la materialele de construcții din ultimii ani?

Creșterea prețurilor la materialele de construcții este un fenomen complex, determinat de mai mulți factori. Unul dintre principalii factori a fost întreruperea lanțurilor de aprovizionare în timpul pandemiei, care a dus la o scădere a producției la nivel global. Cererea a revenit rapid, dar producătorii nu au reușit să țină pasul, ceea ce a creat un dezechilibru major. Un alt element important a fost creșterea prețurilor la energie. Producția multor materiale, cum ar fi cimentul sau oțelul, este extrem de dependentă de costurile

energiei, iar creșterea acestora s-a reflectat direct în prețurile finale.

Mai există și problema inflației globale și a politicilor comerciale. Tarifele la import, instabilitatea geopolitică și costurile de transport, în special în ceea ce privește transportul maritim, au adăugat un strat suplimentar de presiune asupra prețurilor. În România, acest fenomen a fost amplificat și de lipsa unor producători locali capabili să suplinească cererea.

Cum privesc dezvoltatorii imobiliari termenele în care se eliberează documentațiile de urbanism în vederea obținerii avizelor și autorizațiilor?

Din păcate, procesul de obținere a documentațiilor de urbanism este una dintre

cele mai mari provocări pentru dezvoltatorii imobiliari în Capitală. Termenele sunt adesea imprevizibile, ceea ce complică planificarea proiectelor iar întârzierile pot varia de la câteva luni la ani, în funcție de complexitatea proiectului.

Această situație generează costuri suplimentare semnificative. De exemplu, terenurile rămân blocate, iar investițiile sunt amânate, ceea ce afectează atât dezvoltatorii, cât și comunitatea locală. Cred că este esențial să digitalizăm și să simplificăm aceste procese. Un alt aspect este lipsa unei coordonări clare între autorități. Uneori, un aviz poate fi întârziat din cauza unor neconcordanțe între diferite instituții. Dacă am putea să creăm un sistem centralizat, unde toate avizele și autorizațiile să fie gestionate, lucrurile ar deveni mult mai eficiente.

Cât de important este pentru un dezvoltator imobiliar să aibă un parteneriat corect cu autoritățile locale?

Este crucial. Autoritățile locale ne sunt, în esență, parteneri în crearea unui mediu urban sustenabil. De la aprobarea planurilor urbanistice la asigurarea infrastructurii necesare, colaborarea cu acestea este un element esențial în succesul unui proiect.

Un parteneriat corect presupune nu doar respectarea reglementărilor, ci și o comunicare deschisă. Noi încercăm să implicăm autoritățile în toate etapele proiectului, pentru a înțelege mai bine nevoile comunității și pentru a integra soluții care să contribuie la dezvoltarea armonioasă a zonei.

Pe de altă parte, avem nevoie și de sprijin din partea lor. De exemplu, un plan urbanistic bine gestionat sau investițiile în infrastructură pot face diferența între un proiect de succes și unul care întâmpină dificultăți majore. Este o relație de tip win-win, în care fiecare parte are ceva de câștigat.

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

Peste cinci ani ne dorim să fim unul dintre cei mai recunoscuți dezvoltatori imobiliari din regiune, nu doar din România. Planurile noastre includ extinderea în alte orașe din țară și, de ce nu, pe piețele externe, acolo unde există cerere pentru proiecte inovatoare și sustenabile.

Din punct de vedere al dimensiunii business-ului, ne propunem să dublăm portofoliul de proiecte și să ne diversificăm în continuare, incluzând mai multe proiecte mixte și, poate, o divizie dedicată locuințelor accesibile. În ceea ce privește clienții, vrem să atragem un public din ce în ce mai diversificat, menținând în același timp standardele ridicate care ne definesc. Ambiția noastră este să devenim un etalon al calității și sustenabilității în piața imobiliară.



Când vor înțelege funcționarii publici că ei trebuie să stimuleze mediul de afaceri, și nu să-l timoreze?

Cred că problema nu este neapărat lipsa dorinței funcționarilor publici de a sprijini mediul de afaceri, ci mai degrabă lipsa unor mecanisme eficiente de colaborare și comunicare între sectorul public și cel privat. Din păcate, există încă o mentalitate în care antreprenorul este perceput mai degrabă ca o sursă de taxe și impozite, decât ca un partener în dezvoltarea economiei. Acest lucru poate duce la măsuri sau comportamente care timorează, mai ales în cazul companiilor mici sau la început de drum.

Cred că soluția este educația și profesionalizarea continuă a funcționarilor publici, precum și crearea unor platforme de dialog reale între mediul de afaceri și instituțiile statului. Dacă autoritățile ar înțelege mai bine provocările cu care se confruntă antreprenorii, ar putea lua decizii mai bine informate și mai eficiente. De asemenea, este esențial să simplificăm birocrăția și să digitalizăm procesele administrative. Un funcționar public care are acces la instrumente moderne va putea oferi soluții mai rapide și mai eficiente,

ceea ce va contribui, în cele din urmă, la stimularea mediului de afaceri.

Ce ar trebui să facă Executivul pentru a sprijini și mai mult companiile românești?

Sunt câteva măsuri concrete care, în opinia noastră, ar putea avea un impact semnificativ.

În primul rând, este esențial să avem un cadru legislativ stabil și predictibil. Antreprenorii trebuie să știe că pot planifica pe termen lung, fără să fie surprinși de modificări bruște ale legislației fiscale sau administrative. Apoi, cred că Executivul ar trebui să investească mai mult în infrastructură. Dezvoltarea unei rețele de transport moderne – drumuri, căi ferate – este vitală pentru creșterea economică și pentru atragerea investițiilor.

Un alt aspect, des menționat, este simplificarea birocrăției. Trebuie să digitalizăm procesele administrative și să reducem numărul documentelor necesare pentru orice interacțiune cu statul. De asemenea, ar fi util să avem puncte unice de contact pentru antreprenori, unde să găsească toate informațiile și serviciile necesare.

Echipa noastră poate să acopere orice probleme de proprietate intelectuală

Interviu cu Stela Comănescu, Consilier Proprietate Intelectuală, Ratza & ratza

Ce reprezintă societatea Ratza & ratza în segmentul de consultanță în domeniul proprietății intelectuale din România?

Ratza & ratza este de peste 20 de ani un partener de încredere pentru toți cei care doresc să își protejeze proprietatea intelectuală în România, în Europa și chiar la nivel internațional.

Sunteți inclus constant în clasamentele internaționale World Trademark Review Global Leaders, WTR1000, respectiv în clasamentul IP STARS, al prestigioasei reviste internaționale Managing Intellectual Property. Ce reprezintă acest lucru pentru dumneavoastră?

Includerea firmei dar și a specialiștilor Ratza & ratza în aceste clasamente reprezintă o dovadă a faptului că munca noastră este apreciată dar și o dovadă a calității constante pe care încercăm să o livrăm prin serviciile oferite.

Acest lucru nu poate decât să ne bucure. Aprecierea clienților și a colaboratorilor interni și externi stă la baza satisfacției noastre profesionale.

Din ce sectoare economice provin clienții Ratza & ratza?

Frumusețea domeniului în care activăm vine tocmai din diversitatea sectoarelor economice ale clienților noștri. Echipa noastră poate să acopere orice probleme de proprietate intelectuală, de la simple înregistrări până la litigii complexe sau gestionări de portofolii. Mă bucură enorm să văd, pe oriunde merg,

branduri pe care le reprezintă sau le-am reprezentat.

De fapt, în general, modul în care un consilier în proprietate intelectuală vede lumea este puțin diferit. Acolo unde alții văd simple produse, noi vedem mărci înregistrate, desene industriale sau brevete. E amuzant să mergi cu noi la cumpărături.

Cum a evoluat numărul de dosare și gradul lor de complexitate?

Atât din punct de vedere numeric cât și al complexității cauzelor, pot spune că nu prea am avut niciodată timp sau ocazia să ne plitism.

În ultimii 20 de ani, pe fundalul creșterii numărului de întreprinderi mici și mijlocii din România dar și pe fundalul creșterii numărului de firme din afară care au găsit în România o piață de desfacere, numărul problemelor în domeniul proprietății intelectuale a crescut și el exponențial. Ceea ce era și firesc să se întâmple pe o piață cu un număr mai mare de jucători.

Tendința în materie de legislație la nivel european este în continuare una de armonizare și de facilitare a obținerii și protejării drepturilor de proprietate intelectuală. La nivel teoretic, o îmbunătățire a uneltelor și proceselor legislative ar trebui să echivaleze cu o scădere a complexității cauzelor, făcându-le mai ușor de gestionat, de rezolvat. La nivel practic, însă, ceea ce face un caz cu adevărat complex ține de circumstanțele specifice fiecărui caz.

După aproape 19 ani în domeniu, dintre care 13 în calitate de consilier, pot spune cu toată sinceritatea că niciun caz nu seamănă cu celălalt și, din acest motiv, fiecare caz este complex în felul lui.

Dintr-un alt punct de vedere, noțiunea de complexitate ține și de perspectivă.

Uneori, ceea ce pentru client poate părea foarte simplu de rezolvat, este greu de transpus în litera legii. Atunci avem un caz complex pentru consilier. Alteori, cazul naște foarte multe emoții pentru client, lucrurile sunt luate foarte personal, în timp ce pentru consilier totul este foarte simplu deoarece litera legii este cât se poate de clară. Atunci avem un caz complex pentru client.

Există diferențe în modul de abordare și de înțelegere a importanței proprietății intelectuale între companiile multinaționale și firmele românești?

Am observat că în ultimii 5-10 ani a existat și în România o creștere a interesului antreprenorilor de firme mici și mijlocii în protejarea activelor lor intangibile și intelectuale.

Însă această creștere este destul de lentă și interesul este mai degrabă unul bazat pe reacție decât pe proactivitate. Adică cei mai mulți înțeleg importanța proprietății intelectuale abia atunci când ajung să aibă probleme în acest domeniu.

Mi-ar plăcea să văd mai multă proactivitate și din partea firmelor românești. Firme care iau în calcul încă de la bun început protejarea activelor lor intelectuale și mai ales, care iau în considerare efectuarea unei cercetări cunoscute în domeniu sub numele de „libertate de funcționare” („freedom to operate”) și anume libertatea de a vinde un produs sau serviciu fără a încălca drepturi de proprietate intelectuală preexistente. Poate fi foarte frustrant și costisitor să trebuiască să retragi de pe piață produsele



abia lansate pentru că acestea încalcă un drept la marcă, desen sau brevet anterior.

Deși primim în mod frecvent solicitări în acest sens de la firme străine, numărul unor astfel de solicitări de la firme românești este în continuare foarte redus. În asta ar consta diferența de abordare și de înțelegere a proprietății intelectuale între firmele străine și cele românești.

Ce-i sfătuiți pe managerii români care încă nu conștientizează importanța protejării mărcilor, brevetelor, desenelor etc. și apelează la experți / consultanți externi doar în cazuri extreme?

Deși foarte rar face obiectul tabloidelor, știrilor sau dezbaterilor obișnuite pe internet, proprietatea

intelectuală este strâns conectată cu lumea afacerilor. Mai mult decât atât, este deja cunoscut faptul că în ultimii aproximativ 50 de ani, valoarea bunurilor intangibile deținute de o firmă a depășit cu mult valoarea celor tangibile. Asta înseamnă că să investești în bunuri intangibile precum proprietatea intelectuală îți poate crește valoarea firmei pe termen mijlociu și lung. Dar este foarte greu să vezi valoarea unui lucru pe care nu îl înțelegi. De aceea, consider că este foarte important să existe o intensă campanie de promovare a proprietății intelectuale, a beneficiilor ce vin odată cu protejarea, respectiv a riscurilor ce pot apărea din cauza încălcării acestor drepturi.

Din păcate, de fiecare dată când noi, consilierii, încercăm să explicăm

“**Proprietatea intelectuală este un domeniu foarte amplu și complex care nu este suficient acoperit în cadrul studiului universitar. Din acest motiv, pregătirea în domeniu este de obicei cristalizată în practică, iar nivelul de pregătire echivalează de regulă cu experiența.**

importanța protejării drepturilor de proprietate intelectuală, reacția nu este tocmai cea dorită, fiind percepută mai degrabă ca o reclamă decât ca un sfat demn de urmat. O problemă pe care aș vrea să o semnalizez aici este legată de acceleratoarele de business. Au apărut foarte multe astfel de programe și la noi în țară, iar acest lucru mă bucură enorm. Educația antreprenorială este esențială pentru succesul oricărei afaceri. Ceea ce nu prea văd este și includerea proprietății intelectuale în aceste programe, iar acest lucru mă îngrijorează, mai ales în ceea ce privește consultanța oferită acelor business-uri care sunt implicate în dezvoltarea de tehnologii. Litigiile în domeniul brevetelor sunt recunoscute ca fiind foarte costisitoare. Neconsultarea unui specialist în acest sens înainte de a acorda o finanțare sau de a trece de la faza de prototip la cea de produs finit este un risc major și nu ar trebui neglijat.

Ca să concluzionez, sfatul meu pentru antreprenorii români este să nu treacă cu vederea beneficiile și riscurile ce pot apărea în legătură cu proprietatea intelectuală și să se informeze corespunzător din surse sigure. Proprietatea intelectuală poate fi un aliat de nădejde în obținerea de avantaje competitive susținute dar și un risc major atunci când forța sa în jocurile competiționale este neglijată.

Ce considerați că ar fi un prim pas spre proactivitate?

Cred că această proactivitate ar putea începe chiar cu alegerea brand-ului sau logo-ului potrivit. Opinia unui consilier în proprietate intelectuală poate fi esențială în acest sens. Este meseria noastră să știm ce înseamnă un brand puternic. Ne luptăm zilnic să le apărăm în cadrul procedurilor administrative sau în fața instanțelor de judecată. Așadar, nu mă refer aici doar la ce

„ar putea prinde la public”, ci la un brand sau un logo care este original (în sensul că nu încalcă drepturi preexistente), un brand sau logo care poate dăinui și cel mai important criteriu dintre toate, un brand sau un logo a cărui exclusivitate o poți impune terților.

Sunt foarte mulți care își înregistrează denumirile ca marcă doar ca să afle mai târziu că acestea sunt mult prea slab distinctive și nu se pot opune cu succes la înregistrarea sau folosirea niciunei alte denumiri ulterioare oricât de similare. Aș vrea să adaug aici, pentru cei care se tem de costuri, că la nivel european există un program de finanțare pentru IMM-uri, program ce acoperă până la 75% din taxele oficiale ocazionate de înregistrarea mărcilor naționale și europene în limita a 1000 Euro per companie. Acest program reflectă încă o dată importanța pe care o au drepturile de proprietate intelectuală pentru economie și nevoia de a crește această conștientizare.

În București și în marile orașe ale țării (Cluj-Napoca, Timișoara, Iași, Brașov, Craiova, Constanța etc.) există o industrie IT&C foarte puternică, multe companii cu capital românesc având capacitatea de a se dezvolta pe baza unor brevete de invenții cu potențial de valorificare pe plan național și internațional. Ce rol au consilierii în proprietate intelectuală în acest proces?

Strategiile în materie de proprietate intelectuală sunt dependente de specificul fiecărei industrii.

În comparație cu alte industrii, industria IT&C este una încă destul de tânără dar care se bucură de o creștere accelerată, inclusiv la noi în țară. Totodată, este o industrie a cărei arie se extinde în mod constant pentru a include un număr crescând de domenii de aplicare, uneori vizând chiar soluții ce pot fi aplicate simultan în mai multe domenii. Companiile din IT&C pot obține avantaje competitive susținute în acest domeniu, spre exemplu, prin licențierea tehnologiilor dezvoltate (uneori acordarea de licențe reciproce), prin crearea de standarde licențiabile dezvoltate intern sau prin colaborări strategice cu competitori („rights pooling”).

Indiferent de strategia aleasă, îndrumarea unui consilier în proprietate intelectuală și mai ales a cuiva specializat în managementul strategic al drepturilor de proprietate intelectuală este esențială pe tot parcursul procesului de dezvoltare a unei tehnologii sau al unui produs, dar și ulterior pentru a se asigura respectarea și valorificarea drepturilor respective pe termen lung.

Un consilier specializat în utilizarea strategică a drepturilor de proprietate intelectuală în domeniu IT&C nu este cineva care doar redactează un contract de licență sau depune o cerere de brevet sau de marcă. Este cineva care cunoaște industria, procesele și procedurile utilizate de astfel de companii pentru dezvoltarea tehnologiilor și produselor specifice, care este ciclul lor de viață, cineva care știe care sunt pașii corespunzători ce trebuie urmați în paralel în materie de proprietate intelectuală pe tot parcursul acestui proces de creație, de la idee la test/prototip, la produs finit.

Cum percepeți pregătirea judecătorilor și a experților judiciari specializați în domeniul proprietății intelectuale?

Proprietatea intelectuală este un domeniu foarte amplu și complex care nu este suficient acoperit în cadrul studiului universitar. Din acest motiv, pregătirea în domeniu este de obicei cristalizată în practică, iar nivelul de pregătire echivalează de regulă cu experiența.

Începând din anul 2010, Tribunalul București, Curtea de Apel București și Înalta Curte de Casație și Justiție au complete specializate în domeniul proprietății intelectuale. Acest lucru a condus, în timp, la judecători mai experimentați.

Din păcate, în ultimii ani, foarte mulți din judecătorii cu experiență s-au pensionat și au fost înlocuiți de judecători tineri, care, deși bine pregătiți, nu au atins încă un nivel

optim de experiență. Cu toate acestea, trebuie să recunosc că am fost plăcut surprinsă de câteva decizii recente, care au fost foarte bine motivate atât din punct de vedere al jurisprudenței citate cât și al interpretării.

În ceea ce privește instanțele din țară, lucrurile sunt puțin mai complicate, deoarece cauzele în materie de proprietate intelectuală nu sunt atât de dese. Acest lucru conduce evident la o experiență redusă dar și la un interes redus în ceea ce privește o pregătire suplimentară. Legat de experții judiciari, precizez doar că aceștia sunt destul de bine pregătiți, însă foarte puțini.

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

Nicio zi nu este la fel, dar toate încep cu o cafea bună și se termină cu lectura câtorva pagini de carte.

Meseria de consilier în proprietate intelectuală este, așa cum spune numele, una eminamente intelectuală, asta dacă nu putem încadra în muncă fizică ridicarea de dosare stufoase. Din acest motiv, cea mai mare parte a timpului o petrec în fața calculatorului, fapt care mă împinge ca în timpul liber să îmi doresc să stau mai mult afară, în curte și să fac cât mai multă mișcare. Ador ceea ce fac, deși să dai mereu persoane în judecată nu pare a fi cea mai grozavă activitate din lume. Însă profesia de consilier în proprietate intelectuală înseamnă mult mai mult decât atât. Înseamnă atenție la detalii, înseamnă comunicare constantă cu oameni de peste tot și de toate felurile. Îmi plac regulile și mă simt bine când se face dreptate. Când nu sunt la muncă mă găsiți umblând brambura prin țară sau prin străinătate, pe stadion, la meciurile de fotbal ale băiețelului meu sau la alte meciuri de fotbal, fotbal american sau baschet.

Ratza®

Ambalaje personalizate



**ambalaje carton ondulat & carton duplex
cutii premium rigide**



globalprint

www.tipografia-global-print.ro

20 de ani de excelență în gastronomie și ospitalitate

Interviu cu **Ana-Maria Deneș-Caranovic și Dragan Caranovic**, Proprietari, Restaurantul Taverna Sârbului



Aveți și alte restaurante?

Dragan Caranovic: Primul restaurant l-am avut la Sinaia. Construcția a început în 1999 și s-a deschis în anul 2001. A fost dorința tatălui meu să aibă un mic restaurant al lui, stil sârbesc, mai mic, pentru prieteni. Dar nu a ieșit mic, cum își dorea el, și nici doar unul. După doi ani, am remarcat că majoritatea mașinilor din parcarei tavernei de la Sinaia aveau numere de București, așa că am deschis și aici în București. Am simțit oportunitatea aici.

Ce capacitate aveți? Ce evenimente se pot organiza la dumneavoastră?

Ana Maria Deneș Caranovic: Avem 600 de locuri, incluzând terasa, și putem organiza orice tip de eveniment – de la botezuri și nunți până la evenimente corporate. În 25 de ani de tavernă am trecut prin toate tipurile de evenimente cu oaspeții noștri, de la cele fericite până la cele mai triste.

Pe ce bucătărie v-ați axat? De unde ați adus bucătarii și personalul?

Ana Maria Deneș Caranovic: Bucătăria noastră este strict sârbească. Bucătarii șefi sunt toți din Serbia, pentru a păstra gustul autentic al mâncărilor noastre.

Care sunt impresiile turiștilor străini care vă trec pragul? Ce le place cel mai mult?

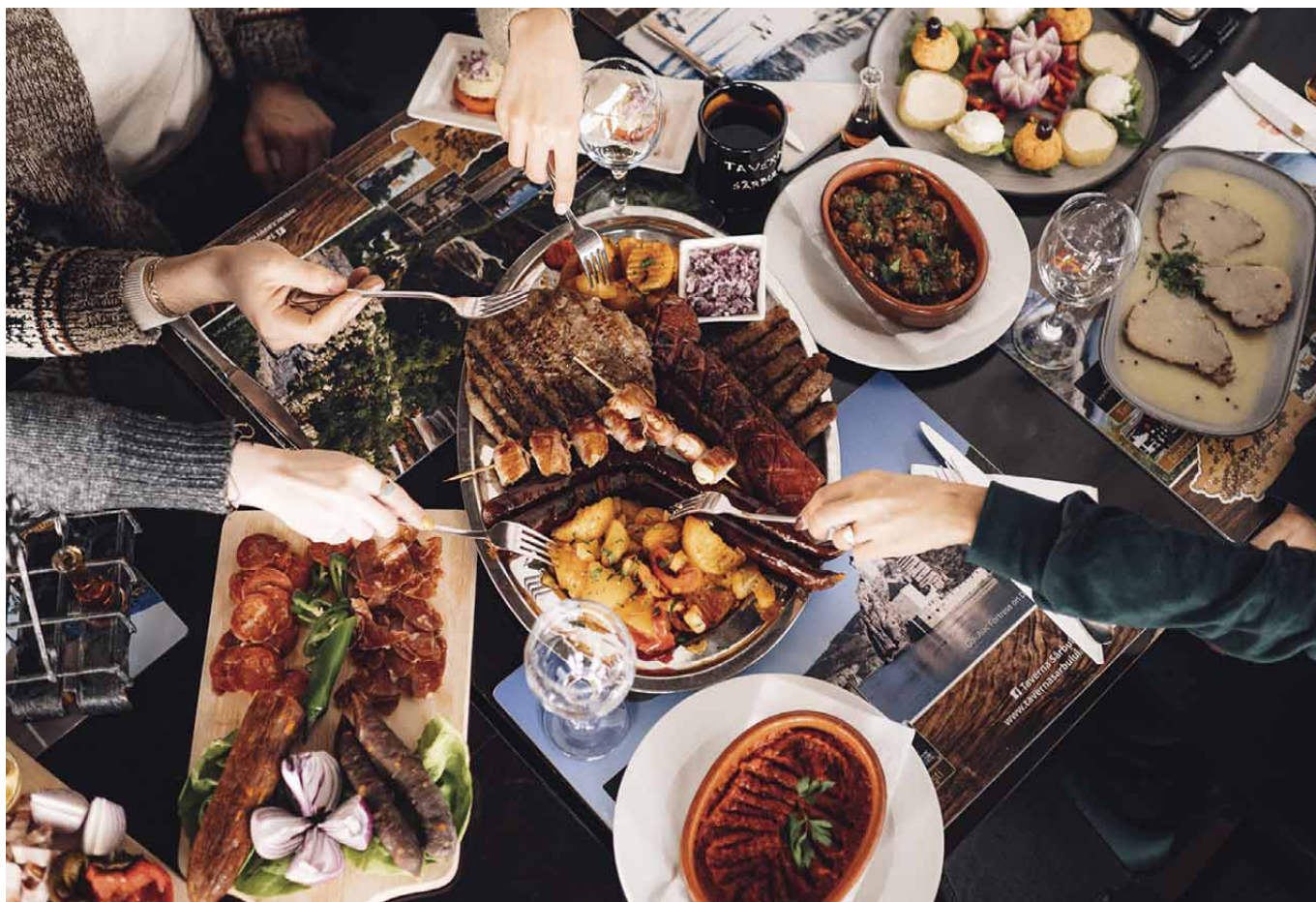
Ana Maria Deneș Caranovic: Sunt impresionați de mărimea porțiilor. În primul rând, noi avem o vorbă în Serbia – „Până nu rămasă nu ajunsă”. Tocmai de aceea avem și porțiile atât de mari în restaurantul nostru. Cred că cel mai important lucru este calitatea preparatelor

De ce ați ales acest domeniu de business – HoReCa? Care sunt valorile și principiile pe care s-a clădit business-ul dumneavoastră?

Ana Maria Deneș Caranovic: Bună ziua! Am ales industria restaurantelor deoarece și în Serbia am activat în acest domeniu. Am avut moară, brutărie și lacto-baruri pentru micul dejun. La noi în Serbia nu există conceptul de „client” cum este în România, unde lumea spune „avem clienți la restaurant”. La noi există doar conceptul de „oaspete”. Ospitalitatea în Serbia este la ea acasă și prin tradiția noastră am vrut să aducem acest lucru și în România.

Care sunt motivele pentru care ați preferat acest spațiu? (Str. Tipografilor, Nr. 31, Sector 1, București).

Dragan Caranovic: Acest loc l-am construit de la zero. Am cumpărat terenul în 2002-2003, am obținut toate avizele și autorizațiile, iar în 2004 am terminat construcția. Totul a durat opt luni și 14 zile, iar inaugurarea a avut loc în 26 august 2004. La construcția acestei taverni am angajat meșteri din Serbia pentru a se păstra atât stilul sârbesc de construcție, autenticitatea, tradiția și ambianța.



noastre. Avem și carmangerie proprie, afumăm carnea, noi facem absolut totul în casă. Evident că acestea sunt niște puncte cheie pentru oaspeții români și străini care ne trec pragul.

Cum decurg comenzile prin site-ul propriu și prin platformele de delivery?

Ana Maria Deneș Caranovic: Lucrăm și cu aplicațiile consacrate de Delivery. Avem și aplicația noastră de Delivery, care merge foarte bine. Cu ajutorul lor ajungem către oaspeții care nu au timp să se deplaseze în locație, păstrând aceeași calitate. Evident că nu putem să livrăm toate preparatele din meniu, pentru că nu vrem să livrăm un Steak sau un Biftec Tartar, care evident că nu o să-și păstreze calitatea în jumătate de oră de drum până la oaspete, dar mare parte din meniul nostru se poate comanda online.

Care sunt cele mai solicitate meniuri?

Ana Maria Deneș Caranovic: Cele mai solicitate și emblema bucătăriei sârbești sunt plescavița și cevapcicii. După cum spuneam, totul este făcut în casă, inclusiv carnea afumată și cârnații. Noi suntem una din puținele țări care au rang de facultate în arta culinară. Bucătăria de sud a Serbiei este specializată mai mult pe prepararea cărnii. Bucătarii șefi din Serbia sunt mai mult măcelari sau grataragii.

Care este profilul oaspeților dumneavoastră?

Ana Maria Deneș Caranovic: Nu cred că avem un profil fix. În 25 de ani ne-au trecut pragul foarte mulți oaspeți, din toate clasele sociale și din toate domeniile de activitate. Nu putem spune că avem un profil al oaspeților. Ce ne bucură pe noi cel

mai mult este faptul că în weekend-uri este plin de familii cu copii, ceea ce înseamnă că părinții au încredere în noi să le oferim mâncare copiilor lor.

Ce servicii suplimentare oferiți?

Ana Maria Deneș Caranovic: Avem locuri de joacă pentru copii, animatori și un meniu dedicat lor. Am încercat să le oferim un loc sigur copiilor. De asemenea, oferim și servicii de catering pentru partenerii noștri dragi, dar nu în mod constant.

Câți angajați aveți în prezent și cum vă motivați echipa?

Dragan Caranovic: Avem între 80 și 100 de angajați, în funcție de sezon. Fiecare știe exact salariul și procentul din tips. Tipsurile sunt împărțite între toți angajații, pentru că fiecare contribuie la experiența oaspeților.

“
Avem 600 de locuri, incluzând terasa, și putem organiza orice tip de eveniment – de la botezuri și nunți până la evenimente corporate.



Cum vedeți concurența în industria HoReCa?

Ana Maria Deneș Caranovic: În România s-au deschis foarte multe restaurante bune. Este loc pentru toți. Piața este în creștere. Noi de 25 de ani ne străduim să asigurăm cele mai bune servicii. Ne-am impus prin calitate, modul nostru de lucru, seriozitate și tradiție. Noi suntem aici de 25 de ani pentru că avem un meniu al nostru, avem o calitate a noastră, avem o seriozitate a noastră, avem modul nostru de lucru cu care și după 25 de ani vom fi nu în vârf, dar chiar în vârful vârfului.

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

Ana Maria Deneș Caranovic: Tata m-a învățat un lucru. "O afacere este făcută să nu meargă". O afacere e ca și cum a-i așeza un șir de obiecte nelegate între ele, iar tu ca antreprenor trebuie să le împingi fără a le lăsa pe ele să se risipească în lateral, să le păstrezi ordonate. Așa este în HoReCa și în orice domeniu, ca antreprenor. Noi în HoReCa ne numim mai mult cârciumari decât antreprenori, iar cârciuma fără cârciumar fizic care să

urmărească tot ce se întâmplă, nu va funcționa niciodată.

Ce sfaturi aveți pentru tinerii care vor să-și deschidă un restaurant?

Dragan Caranovic: Să fie serioși și cârciumari. Să înțeleagă că trebuie să fie prezenți atâta timp cât locația este deschisă. În HoReCa, cârciumarul trebuie să fie implicat zi de zi.

Cu ce furnizori locali sau din alte state aveți colaborări?

Ana Maria Deneș Caranovic: La cât de mare este businessul și volumul nostru, lucrăm cu foarte mulți parteneri. Ne mândrim că îi avem de 25 de ani alături de noi și sunt cu noi din prima zi a tavernei pe cei de la Ursus, Borsec și Pepsi. Ca și materie primă lucrăm cu foarte mulți furnizori. Carnea de vită o luăm doar din România și ne mândrim peste tot cu calitatea ei. Este nevoie să stimulăm producătorii locali. Am fost plăcut surprinsă să găsesc vită din România la un restaurant din Noua Zeelandă.

Ce măsuri aveți în vedere pentru extinderea numărului de oaspeți?

Dragan Caranovic: Numărul oaspeților se extinde prin calitatea noastră și prin perseverență.





Cât de importantă este digitalizarea în activitatea de zi cu zi a restaurantului?

Când vine vorba de meniu, noi nu am vrut să digitalizăm nimic. Spre exemplu au venit foarte multe firme care să ne ofere meniuri digitale, să scanăm QR-ul etc. Am dorit să păstrăm conceptul de

tavernă, de a te simți ca acasă. Am încercat să o păstrăm cât mai clasic, cu meniuri de hârtie, să le răsfoiești să ai interacțiunea cu ospătarul. Digitalizarea a venit pe partea de organizare a noastră, în spate, unde evident că ne-a ajutat foarte mult digitalizarea și pe partea de Delivery, unde vrem nu vrem, a trebuit să ținem pasul.

Unde vă vedeți peste 5 ani ca dimensiune al businessului și ca poziționare în piața de HoReCa?

Dragan Caranovic: Noi ne vedem într-o creștere anuală constantă de 10-15%. Taverna merge foarte bine și în acest moment. Din punctul nostru de vedere considerăm că ne-am apropiat de perfecțiune.

Cum vedeți evoluția afacerilor de familie în țara noastră?

Ana Maria Deneș Caranovic: După părerea mea asta ține de fiecare familie în parte și de cum părinții știu să însuflă cultul muncii copiilor. Am auzit foarte multe cazuri din generația mea care au o repulsie față de afacerile de familie, pentru că ori nu au fost implicați de mici și au fost ținuți la distanță, ori părinții au folosit afacerile lor pe post de pedeapsă.

Acest lucru ține strict de cum părinții însuflă copiilor afacerea, iubirea față de muncă și de a continua ce s-a clădit.

Dragan Caranovic: Eu cred că un antreprenor nu este complet dacă nu-și pregătește urmașii în domeniul lui de activitate. Mă bucur să văd că au preluat copiii și continuă să îmbunătățească activitatea noastră.



“Ce ne bucură pe noi cel mai mult este faptul că în weekend-uri este plin de familii cu copii, ceea ce înseamnă că părinții au încredere în noi să le oferim mâncare copiilor lor.”

IMM-urile românești vor explora o gamă largă de inițiative verzi

Interviu cu Bilge Demirer,
Director General Adjunct, Aria Enterprise Banking, Garanti BBVA

Recent, Garanti BBVA a semnat un acord strategic cu Fondul European de Investiții, pentru a oferi garanții în valoare minimă de 30 de milioane de euro pentru IMM-uri. Cum va ajuta acest acord afacerile românești să își îmbunătățească competitivitatea și sustenabilitatea?

Acordul strategic dintre Garanti BBVA și Fondul European de Investiții reprezintă un pas semnificativ pentru sprijinirea întreprinderilor mici și mijlocii din România. Cu o garanție minimă de 30 de milioane de euro, această inițiativă este concepută pentru a facilita accesul IMM-urilor la finanțare, având în vedere că acestea întâmpină adesea dificultăți, din cauza percepției de risc asociate dimensiunii și domeniului lor de activitate. Prin oferirea acestor garanții financiare, acordul reduce barierele care limitează capacitatea IMM-urilor de a obține capitalul necesar, pentru creștere și inovație. Acest lucru asigură faptul că afacerile pot exploata noi oportunități, își pot îmbunătăți eficiența operațională și pot investi în avansuri tehnologice esențiale, pentru a rămâne competitive într-o piață în continuă schimbare.

În plus, programul pune un accent puternic pe sustenabilitate. Acesta oferă afacerilor posibilitatea de a adopta tehnologii și practici prietenoase cu mediul, permițându-le să se alinieze standardelor globale de protecție a mediului și să răspundă cerințelor tot mai mari pentru operațiuni ecologice. Acest focus pe sustenabilitate nu doar că ajută companiile să își reducă amprenta ecologică, dar le și consolidează reziliența pe termen lung, pregătindu-le pentru un viitor în care conformitatea ecologică și eficiența energetică vor fi factori-cheie ai succesului.

În cadrul Programului de Garanții pentru Competitivitate, ce obstacole specifice de finanțare pentru IMM-uri sunt abordate?

Programul de Garanții pentru Competitivitate abordează mai multe obstacole-cheie de finanțare cu care se confruntă IMM-urile, cum ar fi lipsa garanțiilor suficiente, costurile ridicate ale finanțării și termenele scurte ale împrumuturilor. Multe IMM-uri întâmpină dificultăți în accesarea capitalului, din cauza lipsei de garanții adecvate, însă programul reduce aceste cerințe, facilitând obținerea împrumuturilor.

De asemenea, programul oferă condiții de finanțare mai avantajoase, inclusiv dobânzi mai mici, ceea ce ajută la diminuarea poverii financiare asupra IMM-urilor. Prin oferirea unor perioade mai lungi de rambursare, acesta le oferă companiilor o mai mare flexibilitate, pentru a investi în creșterea și inovația pe termen lung.

În ansamblu, programul permite IMM-urilor să se concentreze pe investiții strategice și pe o creștere sustenabilă, fără a fi constrânse de provocările financiare imediate.

Ați putea detalia criteriile de eligibilitate pentru IMM-uri pentru a accesa garanții de 50-70%? Ce ar trebui să știe companiile înainte de a aplica?

Pentru a fi eligibile pentru garanții, întreprinderile mici și mijlocii trebuie să îndeplinească mai multe criterii importante, care să demonstreze potențialul lor de creștere și sustenabilitate. În esență, companiile sunt obligate să prezinte un plan de afaceri viabil, care să includă strategiile operaționale, proiecțiile financiare și obiectivele pe termen lung. Acest plan trebuie să reflecte clar angajamentul companiei față de îmbunătățirea

competitivității sau contribuția la sustenabilitate, acestea fiind principalele direcții de interes ale programului. Se acordă prioritate specială IMM-urilor care activează în sectoare ce promovează inovația sau inițiativele ecologice. De exemplu, companiile care investesc în energie regenerabilă, practici sustenabile de producție, tehnologii verzi sau transport ecologic sunt mai susceptibile să se alinieze obiectivelor programului și să obțină aprobarea.

Înainte de a depune o cerere, IMM-urile ar trebui să confirme că îndeplinesc definițiile și ghidurile stabilite de cadrul UE și cel național, pentru întreprinderile mici și mijlocii. Acestea includ criterii legate de dimensiunea companiei, numărul de angajați și cifra de afaceri anuală. În plus, solicitanții ar trebui să pregătească documentația financiară completă și precisă, inclusiv situații de venituri, bilanțuri, analize ale fluxului de numerar și alte documente relevante, care să însoțească solicitarea de finanțare. Aceste documente nu doar validează starea financiară actuală a companiei, ci demonstrează și capacitatea acesteia de a gestiona și beneficia de sprijinul garantat. Este, de asemenea, important ca afacerile să articuleze clar obiectivele lor specifice de investiții, în concordanță cu obiectivele mai largi de competitivitate și sustenabilitate. Fie că intenționează să-și extindă producția, să investească în tehnologii noi, să reducă amprenta ecologică sau să dezvolte produse inovatoare, utilizarea propusă a fondurilor ar trebui să fie bine definită și susținută de dovezi ale cererii pieței sau necesității strategice.

În plus, echipa noastră de bancheri este disponibilă pentru a asista companiile pe tot parcursul procesului de aplicare. De la evaluări inițiale la pregătirea documentelor și ghidare strategică, ne propunem să oferim



resursele și expertiza necesare pentru a simplifica procesul și a maximiza șansele de aprobare. IMM-urile sunt încurajate să ne contacteze din timp, în stadiile inițiale de planificare, pentru a se asigura că beneficiază de sprijinul necesar pentru a parcurge cerințele și a obține garanțiile care să sprijine creșterea și inovația lor.

Cum promovează Programul de Sustenabilitate din cadrul acestui acord investițiile verzi?

Programul de Sustenabilitate este conceput pentru a promova investițiile verzi, prin oferirea de stimulente financiare companiilor care prioritizează inițiativele responsabile din punct de vedere ecologic. Prin intermediul acestui program, ne propunem să reducem percepția de risc asociată investițiilor în sustenabilitate, făcându-le mai atractive pentru IMM-urile care vor să implementeze proiecte eficiente energetic, instalații de energie regenerabilă și adoptarea altor tehnologii verzi. Prin oferirea de sprijin financiar, contribuim la diminuarea costurilor inițiale semnificative, care adesea descurajează afacerile mai mici să facă aceste investiții importante.

Acest sprijin nu doar că îmbunătățește eficiența operațională a IMM-urilor, prin reducerea consumului de energie și a

costurilor de operare, dar le aliniază și cu obiectivele mai largi de mediu, cum ar fi reducerea emisiilor de carbon și contribuția la efortul global împotriva schimbărilor climatice. Totodată, programul încurajează o cultură a sustenabilității în sectorul IMM, ajutând companiile să facă tranziția către practici mai ecologice, poziționându-le totodată pentru o creștere pe termen lung într-o piață care valorizează din ce în ce mai mult conștiința ecologică.

Cu garanția de 70% oferită pentru proiectele sustenabile, ce tipuri de inițiative verzi estimați că vor urmări IMM-urile românești?

Anticipăm că IMM-urile românești vor explora o gamă largă de inițiative verzi, care se aliniază obiectivelor moderne de sustenabilitate. În sectorul energetic, companiile ar putea investi în surse de energie regenerabilă, cum ar fi panourile solare, soluții de stocare a energiei electrice, sisteme de încălzire/răcire și alte soluții de energie curată. Companiile din industrie și producție vor prioritiza, probabil, utilaje și procese eficiente energetic, care reduc consumul și emisiile. Investițiile în vehicule electrice sunt, de asemenea, incluse în cadrul acestei inițiative. În domeniul gestionării deșeurilor, IMM-urile

ar putea implementa sisteme avansate de reciclare, practici bazate pe economia circulară sau tehnologii pentru reducerea deșeurilor industriale. În agricultură, preconizăm investiții în tehnici de agricultură ecologică, sisteme de irigații, care economisesc apă și alte practici sustenabile, care conservă resursele naturale, crescând în același timp productivitatea. Investițiile în construcția sau renovarea clădirilor comerciale sau renovarea clădirilor rezidențiale, care duc la obținerea unei performanțe energetice minime calificate sunt, de asemenea, eligibile. Aceste inițiative nu doar că ajută companiile să se alinieze standardelor de mediu globale, ci le îmbunătățesc și competitivitatea, prin reducerea costurilor și satisfacerea cererii crescânde din piață pentru practici sustenabile.

Cum îmbunătățește sprijinul din partea InvestEU accesul la capital pentru IMM-uri?

Sprijinul din partea InvestEU joacă un rol esențial în îmbunătățirea accesului la capital pentru IMM-uri, prin consolidarea ecosistemului financiar și susținerea strategică a inițiativelor, precum cele oferite de noi. Prin reducerea percepției de risc pentru creditori, InvestEU încurajează instituțiile financiare să ofere condiții mai favorabile împrumuturilor acordate IMM-urilor. Aceasta se traduce printr-o disponibilitate crescută a fondurilor, facilitând accesul companiilor la finanțarea necesară pentru a crește și a inova.

Pot IMM-urile să se aștepte la beneficii tangibile, cum ar fi termene extinse pentru împrumuturi sau rate de dobândă redusă? Cum le influențează acest lucru capacitatea de a crește sustenabil?

Cu siguranță. Prin reducerea ratelor dobânzii și extinderea termenelor de rambursare, IMM-urile obțin flexibilitatea financiară necesară pentru a urmări investiții strategice și pe termen lung. Aceste beneficii reduc presiunile financiare pe termen scurt, permițând companiilor să se concentreze pe adoptarea practicilor sustenabile, fie că este vorba despre extinderea operațiunilor, îmbunătățirea eficienței energetice sau

diversificarea ofertei. Astfel, IMM-urile pot să-și consolideze poziția pe piață și să-și asigure o creștere sustenabilă, răspunzând cerințelor unei economii tot mai orientate spre sustenabilitate.

Care este viziunea generală a Garanti BBVA pentru contribuția la creșterea economică a României, în special în ceea ce privește transformarea verde?

Viziunea generală a Garanti BBVA pentru contribuția la creșterea economică a României se concentrează pe a deveni un catalizator pentru tranziția țării către o economie mai verde, inovatoare și competitivă. Ne propunem să realizăm acest lucru oferind o gamă completă de produse financiare, promovând parteneriate strategice și furnizând servicii de consultanță de specialitate adaptate nevoilor în continuă schimbare ale companiilor și comunităților. Accentul principal este pus pe stimularea investițiilor care permit companiilor să-și reducă amprenta de carbon și să adopte practici sustenabile. În același timp, recunoaștem importanța promovării inovației și antreprenoriatului, esențiale pentru crearea unor modele de afaceri reziliente și adaptarea la provocările emergente.

Dincolo de finanțare, viziunea noastră se extinde la sprijinirea activă a creării de locuri de muncă și a incluziunii economice. Facilitând investițiile IMM-urilor și ale marilor companii în proiecte sustenabile, nu doar că le ajutăm să-și îmbunătățească competitivitatea, ci contribuim și la stabilitatea economică mai largă și la oportunitățile de angajare în diverse sectoare.

La baza strategiei noastre stă convingerea că o economie sustenabilă este fundamentul prosperității pe termen lung. Prin alinierea inițiativelor noastre cu obiectivele de transformare verde ale României, ne propunem să creăm un efect de undă benefic nu doar pentru companii, ci și pentru întreaga societate—construind un viitor responsabil din punct de vedere al mediului, robust economic și incluziv social.

Ce rol joacă banca în fiecare etapă a dezvoltării IMM-urilor din România?

Garanti BBVA acționează ca un partener financiar de încredere pentru companii,

susținându-le creșterea prin credite adaptate nevoilor specifice și facilitând diversificarea prin programe strategice de investiții. De asemenea, punem un accent deosebit pe oferirea unui sprijin consultativ continuu, asigurându-ne că IMM-urile pot naviga prin provocări și pot valorifica oportunitățile.

Cum poate educația antreprenorială să contribuie la creșterea sănătoasă a IMM-urilor?

Educația antreprenorială joacă un rol esențial în dobândirea competențelor de afaceri necesare IMM-urilor, pentru a-și gestiona eficient resursele, a planifica o creștere sustenabilă și a naviga prin complexitățile finanțării și investițiilor.

Prin dotarea antreprenorilor cu capacitatea de a lua decizii informate, educația financiară asigură că afacerile sunt mai bine pregătite pentru a evalua riscurile și oportunitățile, pentru a optimiza utilizarea fondurilor și pentru a se adapta la condițiile de piață în schimbare. Această competență nu doar că îmbunătățește eficiența internă a IMM-urilor, dar le și crește capacitatea de a valorifica noi oportunități și de a-și extinde operațiunile, factori critici pentru un mediu de afaceri prosper.

În plus, educația antreprenorială ajută antreprenorii să dezvolte abilitățile necesare, pentru a prezenta propuneri clare și convingătoare potențialilor investitori. Un antreprenor bine pregătit, care își poate prezenta modelul de afaceri, proiecțiile financiare și obiectivele pe termen lung, inspiră încredere și credibilitate în rândul investitorilor. Aceste calități sunt deosebit de atrăgătoare pentru investitori, care prioritizează transparența, responsabilitatea și o înțelegere solidă a managementului financiar atunci când evaluează oportunitățile.

Mai mult decât atât, un ecosistem fundamentat pe educația financiară și antreprenorială creează efecte pozitive care întăresc reziliența generală a IMM-urilor. Afacerile cu o înțelegere solidă a principiilor financiare sunt mai bine pregătite să facă față fluctuațiilor economice, să mențină o creștere constantă și să ofere randamente sustenabile. De această stabilitate nu doar că beneficiază întreprinderile, ci ea contribuie și la consolidarea reputației în ansamblu a

ecosistemului antreprenorial al României, poziționând țara drept o destinație de încredere și atractivă pentru investițiile străine.

Nu în ultimul rând, educația financiară promovează o cultură a profesionalismului și gândirii strategice în comunitatea de afaceri, prin alinierea aspirațiilor antreprenoriale cu practici financiare solide.

Privind în viitor, care sunt principalele provocări și oportunități pe care le preconizați pentru IMM-urile din România?

IMM-urile din România își desfășoară activitatea într-un peisaj marcat atât de provocări, cât și de oportunități. Printre principalele obstacole se numără complexitatea conformării la reglementări, presiunile inflaționiste care afectează costurile și marjele, precum și tranziția provocatoare către practici sustenabile, care de multe ori necesită investiții semnificative în condiții economice incerte.

În ciuda acestor dificultăți, potențialul de creștere este considerabil. Accesul la fonduri UE reprezintă o oportunitate crucială pentru inovare și expansiune, în timp ce accelerarea digitalizării permite afacerilor să îmbunătățească eficiența, să ajungă pe noi piețe și să-și modernizeze operațiunile.

Mai mult, orientarea globală spre sustenabilitate reprezintă o oportunitate strategică pentru IMM-uri de a se diferenția prin transformarea verde. Adoptând soluții inovative și aliniindu-se acestor tendințe, IMM-urile nu doar că pot aborda provocările imediate, dar se pot poziționa și ca actori rezilienți și competitivi într-un mediu economic în continuă schimbare.

Doriți să transmiteți antreprenorilor români un mesaj despre viitorul bancar și al finanțării în România?

Viitorul banking-ului este unul al colaborării și inovării. La Garanti BBVA, ne angajăm să oferim antreprenorilor români instrumente, expertiză și soluții de finanțare adaptate nevoilor lor. Împreună, putem construi un mediu de afaceri rezilient, sustenabil și prosper, care nu doar că se dezvoltă local, dar este un competitor și pe plan global.



**SALUT, RĂMÂNE
ÎNTRU NOI, DACĂ
REZERVĂ DIRECT
AI REDUCERE**

20%

#ȘTIUPECINEVA

☎ 0372121721

✉ reservation@continentalhotels.ro

🌐 continentalhotels.ro



**CONTINENTAL
HOTELS**

Servicii la 360 de grade în domeniul imobiliar, prin portalul Titirez.ro, agenția de marketing imoPR și CRM-ul ImobManager

Interviu cu Costina Petrescu,
Director General, Titirez.ro, imoPR și ImobManager

Grupul format din portalul Titirez.ro, agenția de marketing și publicitate imoPR și CRM-ul ImobManager oferă servicii integrate jucătorilor din domeniul imobiliar (dezvoltatori, agenții și companii din domenii conexe, alături de proprietari, cumpărători sau chiriași). În calitate de Director General al grupului, Costina Petrescu este permanent deschisă spre inovație și se vrea mereu cu un pas înaintea tendințelor din această piață.

Povestiți-ne puțin despre portalul Titirez.ro. Ce anume îl diferențiază de concurență?

În primul rând, ar trebui să spun că, deși așa a început, în octombrie 2010, Titirez.ro este, în momentul de față, mai mult decât un simplu portal imobiliar. El reprezintă, de fapt, un brand-umbrelă pentru o rețea de circa 20 de site-uri imobiliare, fiecare cu specificul său, printre care se numără multecase.ro, imobiliare24.ro, imobiliare-net.ro, anunturi-imobiliare.net, anuntimobiliar.ro, paginiimobiliare.ro și altele. Prin intermediul acestei rețele complexe, noi suntem în măsură să oferim clienților noștri atât o foarte largă deschidere când vine vorba de promovarea unor anunțuri în piață, cât și o țintire nișată. O asemenea combinație nu este ușor de obținut în marketing, dar pot să spun, fără falsă modestie, că noi am reușit. În al doilea rând, trebuie menționat că serviciile furnizate prin intermediul portalului sunt susținute de un sistem de Customer Relationship Management (CRM), anume ImobManager.ro. Unul dintre primele și cele mai apreciate instrumente de acest tip de pe piața autohtonă, acesta deservește în mod eficient profesioniștii din domeniu (în special agenți și agenții

imobiliare, dar și reprezentanți ai companiilor dezvoltatoare), care astfel își pot gestiona mult mai ușor atât portofoliul de proprietăți, cât și activitatea zilnică. Nu în ultimul rând, ceea ce ne deosebește net de concurență, mai exact de alte portaluri imobiliare existente pe piața locală, este faptul că putem oferi servicii de promovare integrate – sau, cum ne place nouă să spunem, servicii la 360 de grade – clienților noștri.

Ce înseamnă, mai exact, „servicii la 360 de grade”? Puteți să ne explicați?

Sigur că da. Aceasta este sintagma aleasă de noi pentru a sugera faptul că ecosistemul format din Titirez.ro, imoPR și ImobManager oferă, practic, servicii complete de promovare. Astfel, presupunând că am avea de-a face cu o companie proaspăt înființată, care are un produs (sau serviciu) de vânzare, dar cam nimic altceva în rest, noi ne putem ocupa, în primă fază, de tot ceea ce presupune crearea unei imagini – alegerea unui nume, crearea unui logo și întregul proces, mai amplu, de branding. Urmează apoi faza de marketare propriu-zisă, adică expunerea către segmentele relevante de clienți, prin diferite canale, în scopul creării, respectiv

creșterii awareness-ului asupra respectivului produs sau serviciu. Obiectivul final este, bineînțeles, facilitarea vânzărilor pentru clienții noștri, dar totul trebuie să se sprijine pe – și să se afle în deplină congruență cu – imaginea pozitivă pe care am creionat-o de la bun început.

Cum ați ajuns ca, de la un portal de anunțuri imobiliare, să fondați o agenție de marketing?

Aș spune că ideea fondării unei agenții de marketing, în octombrie 2019, ne-a venit în mod mai mult sau mai puțin firesc, pornind de la strânsa colaborare pe care o aveam cu clienții noștri. De-a lungul timpului, aceștia își exprimau diferite nevoi în această privință, nevoi ce depășeau ceea ce puteam oferi noi atunci, prin simpla promovare a unor anunțuri în mediul online. Datorită cunoașterii îndeaproape a pieței imobiliare și experienței extinse a membrilor echipei noastre în acest domeniu, am ajuns la concluzia că, de fapt, putem face mai mult pentru clienții noștri. Astfel a luat naștere agenția de marketing, publicitate și comunicare imoPR, prima din România dedicată exclusiv pieței de real estate (și domeniilor conexe). Pornind de la o înțelegere profundă a obiectivelor lor de



business, astăzi putem face ca partenerii noștri să aibă o vizibilitate optimă într-o piață din ce în ce mai competitivă – și, astfel, un cât mai bun acces la potențialii clienți din nișa de activitate a fiecăruia. Practic, echipa noastră poate avea, la cerere, o acoperire completă a nevoilor de promovare ale unei companii – incluzând aici și creația, respectiv producția publicitară, dar și comunicarea cu presa și aparițiile în social media.

Cum s-a schimbat marketingul în ultimii ani, inclusiv în domeniul imobiliar?

Dacă e să privim la cum arătau lucrurile înainte de 2020, ne vom da seama că perioada de pandemie ne-a schimbat sensibil stilul de viață. Lucrul de acasă, care se menține azi, chiar dacă în varianta „hibrid”, în multe companii, a dus la o intensificare a prezenței online a românilor – și, bineînțeles, nu doar a

„Nișarea pe piața imobiliarelor este, de altfel, unul dintre marile beneficii pe care le oferim clienților noștri, în comparație cu alte agenții de marketing, care au un portofoliu de clienți mai eterogen.

lor. Este o tendință detectabilă la aproape toate categoriile de vârstă, atestată de numărul tot mai mare de utilizatori ai platformelor de social media. Ei bine, această schimbare are efecte vizibile și în marketing, inclusiv când vine vorba de domeniul imobiliar. Astfel, lucrurile arată semnificativ diferit față de acum trei-patru ani, iar prezența pe rețelele de socializare poate fi considerată acum indispensabilă pentru un dezvoltator sau o agenție imobiliară. Bineînțeles că o strategie profesionistă de marketing trebuie să includă mai multe elemente, inclusiv promovarea pe site-urile de specialitate, cum sunt (și) cele din rețeaua noastră, însă prezența în social media vine să completeze marketarea pe canalele tradiționale, ca să zic așa. În opinia mea, accelerarea avansurilor tehnologice din ultimii ani, inclusiv sub presiunea pandemiei, a ridicat ștacheta pentru ceea ce înseamnă marketing în general, accentuând, totodată, nevoia de servicii cât mai specializate. Nișarea pe piața imobiliarelor este, de altfel, unul dintre marile beneficii pe care le oferim clienților noștri, în comparație cu alte agenții de marketing, care au un portofoliu de clienți mai eterogen.

Care a fost reacția pieței la pachetul de servicii oferite prin intermediul Titirez.ro - imoPR - ImobManager?

Aici trebuie să punctez că anul acesta echipa pe care o conduc a primit două trofee pentru calitatea serviciilor oferite în sectorul imobiliar – unul s-a numit *Property Agency Technology*, iar celălalt ne-a fost acordat pentru *Excelență în Marketing și PR Imobiliar*. Am fost onorați de ambele premii, care pentru noi reprezintă o importantă confirmare a angajamentului față de calitate în serviciile pe care le oferim în real estate-ul autohton.



Recunoașterea astfel acordată, ca și mulțumirile și, mai ales, rezultatele pozitive înregistrate de clienții noștri, toate acestea ne sporesc încrederea în viabilitatea modelului nostru de business. Mă refer aici la abordarea strategică, nișată, dar și la faptul că oferim un pachet de servicii integrate, la 360 de grade. Credem că, la fel ca și până acum, în continuare vom reuși să acoperim nevoile de promovare tot mai complexe ale pieței în care activăm.

Cum vedeți piața rezidențială autohtonă în momentul de față?

Aș spune că piața rezidențială românească se află acum într-o relativă stabilitate. Acest

fapt este foarte important, având în vedere că începutul anului 2024 a fost marcat de majorarea cotei minime de TVA aplicabile tranzacțiilor cu locuințe, de la 5% la 9%. La vremea respectivă, modificarea a avut ca efect o diminuare a apetitului pentru achiziții, însă lucrurile s-au reglat destul de repede, pe măsură ce potențialii cumpărători s-au obișnuit cu noile condiții de plată. În paranteză fie spus, deși amânarea este cu totul de înțeles, șansele ca cineva să-și anuleze planurile de achiziție a unei locuințe pentru acel 4%, cât ar însemna diferența de TVA, sunt destul de mici. Asta cel puțin dacă vorbim de o persoană sau o familie care are realmente nevoie de o locuință pentru uzul propriu – și

nu de o achiziție în scop investițional.

În general vorbind, aș spune că perspectivele sectorului rezidențial sunt pozitive, schimbările la care piața s-a tot adaptat în ultimii zece ani dovedind că oamenii au nevoie de case noi în care să locuiască și sunt dispuși să facă eforturi pentru a-și permite să facă asemenea achiziții, la momentul potrivit. În anul ce urmează, rămâne de văzut cum și în ce măsură va fi afectată piața tranzacțiilor cu locuințe de rezultatele alegerilor. Părerea mea e că o scurtă perioadă de calmare sau reorganizare a lucrurilor este de așteptat, dar cred că, odată ce lucrurile vor intra pe un făgaș normal în plan politic, la fel se va întâmpla și în plan economic, inclusiv în piața imobiliară, respectiv rezidențială.

Evoluția prețurilor locuințelor din România, fie ele noi sau vechi, este un subiect ce-i preocupă pe mulți. Cum credeți că vor merge lucrurile în 2025?

Știu că mulți așteaptă și speră la o scădere masivă a prețurilor locuințelor, de ani buni deja. Asta cu atât mai mult cu cât, din 2014 încoace, acestea s-au majorat în mod susținut – chiar dacă de regulă nu au înregistrat salturi extreme de la an la an. Trebuie să spun însă că nu ne putem aștepta la un recul major al prețurilor din sectorul rezidențial fără ca acest fapt să fie reflexia unui declin economic comparabil. Bineînțeles că, mai devreme sau mai târziu, este de așteptat ca economia locală să mai traverseze perioade de recesiune, ce vor avea efecte și asupra imobieliarelor, însă cred că majoritatea dintre noi nu așteaptă cu nerăbdare asemenea perioade. La ora actuală, presiunea exercitată de rata inflației, ce afectează atât costul materiilor prime, cât și pe cel al manoperei din construcții, face ca o scădere a prețurilor locuințelor noi să fie dificil de previzionat în anul ce urmează. Acest fapt se poate aplica și segmentului apartamentelor vechi, întrucât știm că acesta este strâns legat de cel dintâi când vine vorba de stabilirea prețurilor. În acest context, cel mult mă pot aștepta, pe anumite segmente, la o tendință de stabilizare a prețurilor, în funcție de impactul unor diferiți factori economici, sociali sau politici, interni sau externi.

Servicii 360° pentru profesioniștii din imobiliare și servicii conexe

- Titirez.ro - portal imobiliar din 2010, cu anunțuri de la particulari, agenții și dezvoltatori rezidențiali
- CRM ImobManager - pentru agenții imobiliare și dezvoltatori rezidențiali
- imoPR - Prima agenție de marketing, publicitate și PR imobiliar din România



www.Titirez.ro

www.ImobManager.ro

www.imoPR.ro

ESTĚ

BY COSTINA PETRESCU

*Un univers al frumuseții, puterii și
eleganței, unde fiecare bijuterie și
fiecare parfum spun o poveste specială
despre feminitatea autentică.*



0736.871.876 / 031.005.1575
OFFICE@ESTE-COLLECTION.COM
WWW.ESTE-COLLECTION.COM



VENUS CAPITAL INVESTMENT

Venus Capital Investment is a leading force in the Romanian Real Estate market, driven by a commitment to sustainable and responsible development.

Portfolio: Residential, Industrial, Retail, Land banking, Office

office@venus-capital.ro

2nd floor Hyperion Towers, Pipera Blvd. no 1/VI

200 de hectare de terenuri achiziționate în 2024. Venus Capital Investment se va concentra în continuare pe dezvoltarea proiectelor

Interviu cu Maria Iancu, General Manager, Venus Capital Investment

Asset Management Corporation (AmCorp) este un grup de companii prezent de peste 18 ani pe piața românească, timp în care a acumulat o experiență solidă în multiple domenii de activitate – printre care imobiliare, energie regenerabilă, agrement și ospitalitate, dar și agricultură. Anul acesta, conducerea grupului a anunțat transferul tuturor proiectelor și serviciilor din real estate sub umbrela Venus Capital Investment. De atunci, întreaga activitate din acest sector este coordonată de Maria Iancu, din postura de General Manager, după ce anterior ocupase funcția de Business Development Director în cadrul AmCorp.



Anul 2024 a adus o schimbare importantă în structura și modul de operare al grupului AmCorp, anume crearea unei divizii imobiliare, în fruntea căreia ați fost numită. Care au fost motivele din spatele acestei schimbări?

Aș spune că această reconfigurare a afacerilor AmCorp, respectiv crearea unei divizii specializate de real estate, a venit în mod cât se poate de firesc, pe măsură ce proiectele noastre din acest sector au căpătat o tot mai mare greutate în afacerile grupului. La fel ca întotdeauna, am vrut să ne asigurăm că suntem în măsură să acordăm, în mod constant și susținut, atenția și resursele necesare tuturor direcțiilor noastre de dezvoltare. Cum în sectorul energiei regenerabile, spre exemplu, aveam deja o divizie specializată, sub brandul Everready, următorul pas a fost să creăm o entitate separată și pentru real estate, care să ne permită să ne concentrăm mai bine asupra acestui important sector, cu toate subsegmentele sale. La fel am gândit și când am creat divizia noastră de *leisure*, dedicată domeniului agrementului și ospitalității, o schimbare pe care am anunțat-o recent în piață. Suntem convinși că aceste transformări vor avea un efect pozitiv asupra dinamicii noastre de grup, contribuind la o gestionare cât mai eficientă

a tuturor afacerilor pe care le avem. Asta mai ales având în vedere planurile noastre de extindere, în fiecare dintre aceste direcții, în anii ce urmează.

Explicați-ne puțin de ce se va ocupa, mai exact, Venus Capital Investment, noua divizie imobiliară a AmCorp.

În primul rând, Venus Capital Investment se va ocupa de tot ceea ce presupune dezvoltarea, respectiv administrarea proiectelor de real estate proprii ale grupului. Mă refer aici atât la ansambluri rezidențiale (sau ansambluri mixte, dar cu o importantă componentă rezidențială), cât și la proiecte pe care le avem în sectorul de retail sau în cel logistic-industrial. Totodată, sub gestiunea noastră se află și sectorul de *land banking*, pe care conducerea grupului și-a concentrat mult atenția în ultimii ani. În momentul de față, portofoliul nostru de terenuri reprezintă o bază mai mult decât stabilă pentru dezvoltările pe care le avem în plan, în diferitele sectoare în care activăm. La toate acestea se vor adăuga și serviciile de consultanță, proiect management și, respectiv, property management oferite partenerilor interesați de dezvoltarea unor proiecte în domeniul imobiliar. Nu în ultimul rând, ne dorim ca în 2025, dar și în anii ce urmează, să ne concentrăm atenția pe atragerea unor investitori, atât români, cât și străini, în dezvoltarea proiectelor de anvergură pe care le avem pe agenda noastră de lucru pentru piața românească. De asemenea, aș dori să menționez că, deși în trecut nu am făcut niciodată apel la credite bancare, în 2025 vom fi deschiși și la această opțiune de



finanțare, dacă vom considera că ofertele concrete disponibile se pretează proiectelor noastre.

Pe ce s-a concentrat, anul acesta, activitatea grupului AmCorp – în sectorul imobiliar, dar nu numai?

Pe lângă toate procedurile implicate de transferul afacerilor din imobiliare sub umbrela Venus Capital Investment, aș spune că activitatea noastră s-a desfășurat în mod organic în 2024. O realizare importantă a constat într-o serie de noi achiziții de terenuri. Vorbim de un total de 200 de hectare, amplasate în zona metropolitană a Bucureștiului, spre nord, proprietăți cu o valoare cumulată de 12 milioane de euro. Aceste achiziții au o importanță strategică în planurile noastre de dezvoltare pe termen scurt, mediu și lung, ele determinând anumite modificări în agenda noastră pentru viitorul apropiat. O parte din aceste schimbări se află încă în proces de

clarificare, astfel că vom putea vorbi mai concret despre ele când lucrurile vor fi mai așezate.

În sectorul energiei regenerabile, în care activăm prin brandul Everready, ne-am ocupat de toate procedurile necesare pentru finalizarea celor șapte proiecte de parcuri fotovoltaice pe care le avem în portofoliu. Este vorba despre un total de șapte asemenea proiecte, ce vor avea, cumulat, o capacitate de peste 200 de megawați. Amplasate în zona Munteniei, la o distanță de maximum 80 de kilometri față de Capitală, terenurile aferente acestor proiecte ajung la o suprafață totală de aproximativ 250 de hectare și la o valoare estimată de circa 20 de milioane de euro. Toate parcurile fotovoltaice vor fi disponibile spre vânzare și vor fi livrate la stadiul ready-to-build, adică având toate documentele necesare pentru demararea dezvoltării: studiul de fezabilitate, studiul de impact asupra mediului, autorizația de construire, avizul tehnic de racordare,





autorizația pentru conectarea la rețea etc. Investitorii interesați pot achiziționa proiectele ca atare sau pot intra într-un parteneriat cu reprezentanții AmCorp, solicitându-le acestora să se ocupe de întregul proces de dezvoltare, până la livrare.

În sectorul agrementului și ospitalității, anul acesta ne-am concentrat pe extinderea facilităților și serviciilor oferite în Divertiland Water Park, inclusiv prin îmbunătățirea mixului de chiriași. Pentru anul viitor avem planuri mari pentru acest proiect, urmând să acordăm o mai mare atenție organizării de evenimente, inclusiv în afara sezonului. În acest sens, am anunțat deja faptul că parcul nostru de distracții va găzdui un eveniment sportiv *Spartan Race*, în data de 13 septembrie 2025. Este o colaborare de care întreaga echipă este foarte încântată, eu însămi fiind pasionată de sport și chiar de competițiile *Spartan*. Pentru Divertiland Water Park avem în vedere atât o extindere fizică, cât și una a paletelor de servicii în perioada următoare, iar crearea diviziei noastre separate de *leisure* a fost special gândită în acest scop.

Povestiți-ne despre proiectele imobiliare pe care urmează să le dezvoltați pe piața locală.

După cum o arată amplul portofoliu de terenuri pe care le-am acumulat în ultimii ani, din care o bună parte va fi atrasă de dezvoltări imobiliare, avem planuri de business serioase pentru următorii ani. În general vorbind, atenția noastră este concentrată, cel puțin pentru moment, pe zona Capitalei, iar obiectivul nostru este de a

dezvolta, în măsura în care suprafața terenului disponibil ne-o permite, proiecte mixte, integrate, care să includă o importantă componentă rezidențială, dar cu o mare concentrare pe facilități și, totodată, pe tehnologii „verzi”.

Un proiect de mai mici dimensiuni pe care îl avem – și care reprezintă, din acest punct de vedere, mai degrabă o excepție de la regulă – este ansamblul nostru Sol Residences, din Domnești. Cu o valoare a investiției estimată în prezent la circa cinci milioane de euro, acesta este amplasat pe un teren de 15.000 de metri pătrați și va fi compus din 34 de case nZEB, cuplate sau individuale. Acestea vor fi construite din elemente modulare, fiind certificate de Romania Green Building Council. Prin acest proiect ne dorim nu doar să testăm un segment de piață aflat momentan în formare, ci și să propunem un stil de viață sustenabil, dar totodată accesibil masei cumpărătorilor.

Un alt proiect din portofoliul nostru rezidențial, a cărui construcție intenționăm să o demarăm în 2025, este Oasis Residence. Este vorba, de fapt, despre un ansamblu imobiliar mixt, de mare amploare, cu o valoare investițională totală estimată actualmente la 100 de milioane de euro. Acesta va fi amplasat tot în zona metropolitană a Capitalei, dar în Chiajna de data aceasta, în imediata vecinătate a proiectului nostru Divertiland Water Park. Complexul va fi compus din blocuri de apartamente (un total estimat de circa 1.000 de unități locative), dar va include și o serie de facilități complementare, precum spații comerciale, hotel, terenuri de sport etc. Și în acest proiect ne vom concentra pe integrarea de tehnologii „verzi”, precum

panouri fotovoltaice sau pompe de căldură. Vom avea grijă, de asemenea, la poziționarea corectă în piață din punctul de vedere al raportului calitate-preț, astfel încât locuințele dezvoltate să fie accesibile cumpărătorilor cu venituri medii.

Tot pe segmentul rezidențial, mai pot spune că în ultimele șase luni ne-am ocupat de planificarea unui concept unic în Europa, pe care dorim de asemenea să îl demarăm în 2025. Nu pot oferi acum prea multe detalii, urmează să le anunțăm în curând, dar pot spune că este vorba despre un proiect de amploare, în care concentrarea va fi asigurarea unei calități ridicate a vieții rezidenților, pe termen lung. În acest sens, vom integra, bineînțeles, și un mix inteligent de facilități, precum și tehnologii verzi de ultimă generație.

Mai avem în vedere, pentru perioada următoare, și continuarea activității noastre pe segmentul industrial-logistic: planificăm să dezvoltăm atât proiecte de dimensiuni mai mici, de tip *office warehouse* (spații de depozitare de maximum 600 de metri pătrați, alături de birouri cu sau fără spații de showroom la parter), cât și proiecte mai mari, industriale, de peste 10.000 de metri pătrați fiecare. Dorința noastră este de a construi aceste proiecte cât mai aproape de zonele rezidențiale pe care le vom dezvolta, pentru a crea astfel cât mai multe locuri de muncă pentru comunitățile nou create. La viziunea noastră integrată de dezvoltare va contribui și dezvoltarea unui important proiect de retail din portofoliul nostru. Mă refer la A1 Shopping Center, amplasat pe un teren în suprafață de 67.000 de metri pătrați din zona Militari-Chiajna. Acesta va atrage o investiție estimată la peste zece milioane de



euro și va fi deschis spre închiriere vânzătorilor angro și cash & carry (de produse alimentare și nonalimentare). Cu o suprafață închirială de 24.000 de metri pătrați, complexul va cuprinde atât o zonă comercială propriu-zisă, cât și spații de depozitare, alături de o serie de servicii complementare.

Care sunt valorile care vă ghidează în proiectele pe care vreți să le dezvoltați pe piața românească?

După cum cred că reiese din descrierea proiectelor noastre, implementarea principiilor ESG reprezintă o prioritate pentru noi, în practic tot ceea ce facem. Asta se vede nu doar în activitatea desfășurată sub brandul Everready, ci și în inițiativele noastre din domeniul imobiliar. Suntem conștienți că sursele de energie regenerabilă reprezintă viitorul, iar minimizarea consumului de resurse trebuie să reprezinte un obiectiv pentru fiecare dintre noi, astfel că încercăm să avem o abordare proactivă în această privință, în toate proiectele noastre, principiile ESG fiind, cumva, implicite pentru noi. Un alt aspect definitoriu pentru grupul nostru este că încercăm să concepem – și, ulterior, să dezvoltăm – proiecte care să fie cât mai apropiate de nevoile reale ale pieței. Aici se încadrează, desigur, dorința noastră de a oferi soluții de locuire sustenabile, dar totodată accesibile – ceva ce, trebuie să recunoaștem, este foarte greu de găsit pe piața locală la ora actuală. De fapt, ca investitori și dezvoltatori imobiliari, ne luptăm în permanență să atingem acel echilibru optim între calitate și

preț. Mai ușor tangibil în cazul proiectelor adresate, prin natura lor, companiilor, acest echilibru este foarte fragil – și, deci, mai greu de atins – când vine vorba de sectorul rezidențial. Asta pentru că aici ne adresăm în special consumatorilor finali, oamenilor care au nevoie de o casă – și, de preferat, nu orice fel de casă. Totuși, ne luptăm să dovedim că putem aduce pe piață soluții locative de calitate, la prețuri care să nu fie prohibitive pentru majoritatea cumpărătorilor.

Cum vedeți piața imobiliară autohtonă în momentul de față?

În continuare suntem de părere că piața imobiliară autohtonă în general – și cea rezidențială în particular – are un mare potențial de creștere în anii ce urmează. Nevoia de produse imobiliare de calitate, respectiv locuințe construite cu un real simț al răspunderii, este destul de acută în momentul de față, mai ales că în ultimii ani nu doar standardele în construcții, ci și așteptările clienților sunt mai ridicate. În ceea ce privește prețurile locuințelor, vedem că de câțiva ani încoace acestea se mențin pe un trend ascendent – iar având în vedere presiunea inflației, pe care momentan o simțim în orice, este greu de previzionat acum declanșarea unei evoluții în sens invers. Deocamdată, vedem că interesul pentru achiziția de locuințe se menține la un nivel ridicat, susținând astfel și dezvoltarea ofertei. Realitatea din piață ne arată că românii au, în mod fundamental, o mentalitate de proprietari, iar acest lucru nu se schimbă cu ușurință. În contextul de piață actual, marea probă

pe care o au de trecut investitorii și dezvoltatorii este aceea de a livra produse cu adevărat de calitate, la un preț corect – sau, cel puțin, un preț care să poată fi absorbit de piață. Pentru că degeaba dezvolti un megaproiect imobiliar, dacă oamenii nu-și pot permite, la modul real, să achiziționeze ceea ce scoți la vânzare. Acesta este motivul pentru care piața aceasta pe care activăm este atât de vulnerabilă la influențe macro, atât externe, cât și interne. Da, este imperios necesar să știi să navighezi pe ape economico-politice extrem de schimbătoare, dar dacă reușești să-ți menții echilibrul, potențialul de a dezvolta un business solid în România, în imobiliare sau nu, rămâne.

Care sunt planurile Venus Capital Investment pentru anul 2025?

Ca și pentru alți jucători din acest domeniu (și nu numai), anul 2025 va începe pentru noi cu o analiză macro foarte atentă a pieței pe care activăm, în contextul potențialelor schimbări generate de alegerile electorale din acest an. Vom vedea dacă vor exista modificări fiscale, legislative, care va fi situația geopolitică în această zonă a Europei și, bineînțeles, și la nivel global. Toate aceste aspecte ne vor ajuta să preconizăm, cu o cât mai mare acuratețe sperăm, schimbările la care ne putem aștepta în sectorul imobiliar în perioada ce urmează, atât din partea furnizorilor de materii prime, spre exemplu, cât și din partea consumatorilor.

La nivel micro, planul meu este de a consolida echipa Venus Capital Investment, astfel încât aceasta să poată face față nevoilor și cerințelor aferente proiectelor pe care le avem în planificare, ale căror baze le-am pus în 2024 (sau în anii trecuți). În rest, ne dorim, bineînțeles, să valorificăm portofoliul generos de terenuri pe care îl avem, prin demararea dezvoltărilor propriuzise, în strânsă conexiune cu nevoile actuale ale pieței.



Elevii noștri se simt înțeleși, încurajați și valorizați

Interviu cu doamna Cristina Cojocaru, Fondator Școala Gimnazială „Little Genius”

Prin ce se diferențiază Școala Gimnazială „Little Genius” în sistemul de educație din București / din țara noastră?

Când am fondat Școala „Little Genius”, m-am gândit că aici copiii trebuie să găsească un mediu cald și echilibrat, în care să se simtă înțeleși, încurajați și valorizați. Am reușit acest lucru printr-un curriculum diversificat, prin folosirea unor strategii de învățare centrate pe elevi, prin activități extrașcolare variate și colaborarea apropiată între profesori și părinți.

Ce calități trebuie să aibă un profesor care va predă la școala dumneavoastră?

După părerea mea, „Omul sfințește locul!”. Cred că cel mai important lucru pentru un profesor este de a fi mereu deschis să învețe și să se dezvolte. O altă calitate este empatia. Un profesor empatic este capabil să răspundă nevoilor elevilor și să creeze un mediu de învățare sigur și încurajator. Și, nu în ultimul rând, profesorul „Little Genius” să fie facilitator de învățare, nu transmitător de informații.

Care este programul standard al elevilor?

Oferim mai multe variante de program. Cel de bază se desfășoară în intervalul 8:30 – 16:00, cu o pauză mai mare la prânz pentru servirea mesei și recreere. Până la ora 13:00 sunt concentrate disciplinele care necesită concentrare și atenție sporită, urmând ca după masa de prânz să ne focusăm pe activitățile artistice și de dezvoltare fizică. Avem și varianta de program extins, prin care oferim copiilor cursuri de dezvoltare personală, pe diverse arii de interes.



Cum apreciați deschiderea copiilor către tehnologie, comparativ cu generațiile anterioare?

Comparativ cu generațiile anterioare, foarte mulți copii din generația actuală sunt expuși la tehnologie, încă din primii ani de viață. Ei au acces rapid la internet, jocuri și aplicații digitale. Acest lucru vine atât cu provocări, cât și cu beneficii.

Dacă privim din perspectiva beneficiilor, tehnologia le oferă un acces rapid la o gamă largă de informații, ceea ce îi poate ajuta să învețe și să-și dezvolte abilități esențiale pentru viitor. Jocurile și aplicațiile interactive ajută copiii să-și dezvolte

aptitudini de gândire critică și de rezolvare a problemelor, stimulându-le logica și creativitatea. Referindu-ne la provocări, consider că cel mai nociv efect în viața copiilor este dependența. De aceea este esențial ca părinții și profesorii să îi învețe pe copii să utilizeze responsabil și echilibrat tehnologia.

Ce materii opționale au elevii? Cum sunt organizate aceste cluburi opționale?

Când am ales pentru copiii noștri cursuri și ateliere curriculare și extracurriculare, ne-am raportat la cele mai importante

skilluri pentru viitor. Spre exemplu abilitățile de leadership și management financiar le exersăm în cadrul orelor de educație financiară și antreprenorială. Inteligența emoțională și comunicarea interpersonală le dezvoltăm prin intermediul programului Genius Hour. Abilitățile în tehnologii noi și flexibilitatea cognitivă, în cadrul orelor de robotică și șah. Creativitatea și adaptabilitatea le „punem în scenă” prin cursurile de actorie, dans, gimnastică ritmică și cursul Master Chef.

Ce ne poți spune despre tabăra de limba engleză?

Taberele oferă un cadru excelent de dezvoltare socio-emoțională. Îi ajută pe copii să devină mai încrezători, le oferă posibilitatea să își gestioneze propriile activități, să ia decizii, să-și depășească provocările, să-și facă prieteni. Organizăm tabere de peste 15 ani, participând copii atât din școala și grădinița noastră, dar și din

exterior. Cei mai mici participanți au avut 2 ani. Pe lângă taberele tematice organizate în România, de câțiva ani colaborăm cu o școală din Anglia, care pe timpul verii organizează tabere internaționale într-un campus școlar din apropierea Londrei.

Pe lângă îmbunătățirea abilităților lingvistice, copiii au oportunitatea de a-și face prieteni din întreaga lume și de a înțelege „pe viu” specificul diverselor culturi. În programul taberei sunt incluse și foarte multe excursii în orașe importante din Anglia, acest lucru ajutându-i pe copii să înțeleagă mai bine cultura britanică și motivându-i să-și facă planuri de continuare a studiilor în străinătate.

Organizați anual Ziua Porților Deschise. Cum este primit acest eveniment?

Alegerea unei școli este una dintre cele mai importante decizii. Ea trebuie luată după o informare și cercetare meticuloasă a posibilelor variante. Prin urmare, în perioada

„După părerea mea, „Omul sfințește locul!”. Cred că cel mai important lucru pentru un profesor este de a fi mereu deschis să învețe și să se dezvolte. O altă calitate este empatia.

premergătoare înscrierilor școlare, oferim posibilitatea viitorilor elevi să ne cunoască și să interacționeze cu mediul nostru școlar. Facem acest lucru prin organizarea de ateliere de lucru interactive cu viitorii școlari. În plus, și părinții pot participa la workshop-uri pe teme de interes, specifice acestei etape.

Aveți și Grădinița Căsuța Piticilor. Cum sunt organizate activitățile aici?

Acest proiect educațional a început cu „Căsuța Piticilor”, acum mai bine de 20 de ani. Și aici, ca și la școală, urmărim oferirea unui mediu cald, în care copiii să se dezvolte frumos. La grădiniță avem o abordare holistică, în care ne concentrăm nu doar pe dezvoltarea cognitivă, ci și pe aspectele emoționale, sociale și fizice ale copiilor. La „Căsuța Piticilor” încurajăm dezvoltarea prin joc, explorare și interacțiune cu mediul înconjurător. Cel mai frumos sentiment este acela când vezi parcursul unui copil de când face primii pași la grădiniță,





până ajunge la liceu. Avem planuri și pentru dezvoltarea acestui ciclu de învățământ în viitorul apropiat.

Care sunt costurile lunare?

La grădiniță avem o taxă medie lunară de aproximativ 2.000 de lei pentru programul prelungit, iar la școală costurile acestea variază între 3.000 de lei la ciclul primar și 4.000 de lei la ciclul gimnazial. Suplimentar se achită cursurile opționale și transportul. Facem eforturi să menținem un nivel stabil al taxelor școlare.

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

Iubesc copiii și îmi place ceea ce fac, astfel că mare parte din timp mi-o dedic activității în școală.

Consider că este foarte important echilibrul între viața personală și cea profesională, de aceea caut ca în timpul liber să-mi umplu sufletul cu experiențe noi. Îmi place să descopăr oameni și locuri noi și mă preocupă permanent dezvoltarea mea personală.



DOMENIILE
OSTROV



Vin...pentru tine!
Din Dobrogea, cu pasiune!

SOCIAL MEDIA: @DOMENIILEOSTROV.RO

COMANDĂ DE PE SITE-UL:

WWW.DOMENIILEOSTROV.RO



Să vezi o afacere crescând și să știi că ai avut un rol în asta, pentru mine, este cea mai mare satisfacție

Interviu cu **Cecilia Ianachis**, Fondator, Class Fiscal Consulting

Cum a început călătoria dumneavoastră în domeniul contabilității și finanțelor? Ce v-a inspirat să alegeți această cale?

Prima mea dragoste a fost chimia – formulele, culorile, combinațiile, experimentele și reacțiile mă fascinau. Însă, pe parcurs, am avut parte de o schimbare neașteptată, care m-a adus în domeniul contabilității. Creativitatea mea se manifestă acum prin echilibrarea cifrelor și transformarea hârtiilor în rapoarte. Pasiunea pentru detalii și dorința de a construi ceva m-au condus aici. Am fondat Class Fiscal Consulting în 2008, după opt ani de experiență în firme de contabilitate care aveau clienți din domenii diverse. Am avut șansa de a lucra cu profesioniști care nu au ezitat să își împărtășească experiența și de la care am învățat lecții valoroase, pe care le aplic și astăzi. Deși domeniul nostru este perceput ca fiind rigid și tehnic, am dorit să aduc un strop de umanitate și transparență în această profesie.

Class Fiscal Consulting este un loc unde clienții simt că au o relație bazată pe încredere, nu doar un simplu contract. Cine ar fi crezut că balanțele pot spune povești și cifrele pot fi frumoase? Pentru mine, contabilitatea este un domeniu care combină precizia cu creativitatea strategică. Este o călătorie care m-a transformat, atât profesional, cât și personal.

Sunteți membru în Camera Consultanților Fiscali (CCF) și în Corpul Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România (CECCAR). Cât de importantă este participarea la cursurile de pregătire profesională organizate de aceste corpuri profesionale?



Cursurile organizate de CCF și CECCAR sunt mai mult decât obligații profesionale – ele sunt esențiale pentru menținerea competențelor la standarde ridicate. Într-un context legislativ în continuă schimbare, aceste sesiuni ne ajută să rămânem informați, să împărtășim experiențe și să învățăm din practica altora. Ca expert contabil și consultant fiscal, îmi doresc să ofer clienților cele mai actuale și corecte soluții. Discuțiile și colaborarea cu profesioniști din domeniu ne permit să răspundem mai bine cerințelor clienților și să contribuim la creșterea încrederii publicului în această profesie.

Care sunt valorile care vă ghidează business-ul și conduita profesională?

În profesia mea, valorile fundamentale ce mă ghidează în activitatea de zi cu zi sunt

etica profesională, care este piatra de temelie, integritatea, responsabilitatea, excelența în serviciile oferite și orientarea către client.

Contabilitatea și consultanța fiscală sunt mai mult decât cifre – sunt despre sprijinirea afacerilor și despre luarea celor mai bune decizii financiare. Deci, în acest domeniu încrederea este esențială. Încrederea pe care clienții o investesc în mine este, în esență, motorul acestei profesii. Așa că, pentru a fi cu adevărat de ajutor, mă asigur că fiecare decizie și recomandare se bazează pe transparență și o înțelegere cât mai exactă a nevoilor lor. Îmi doresc ca fiecare colaborare să fie bazată pe transparență, onestitate și claritate în comunicare. Claritatea comunicării, atât în documente cât și în relațiile cu clienții, este la fel de importantă, pentru a construi încrederea și a mă asigura că toate aspectele financiare sunt pe deplin înțelese.

În fond, contabilitatea și fiscalitatea sunt despre oameni și despre susținerea visurilor și afacerilor lor, așa că în business-ul meu e foarte importantă loialitatea față de clienți, rigoarea profesională și adaptabilitatea la schimbările rapide. Loialitatea îmi permite să ofer sprijin constant și să pun interesele clienților pe primul loc. Rigoarea mă ajută să fiu atentă la detalii, iar adaptabilitatea este esențială într-un domeniu care evoluează constant.

Cum ați văzut evoluția tehnologiei și a cerințelor legislative în domeniul contabilității de-a lungul carierei dumneavoastră?

Adaptabilitatea și formarea continuă sunt esențiale. Am început în anii când contabilitatea se

desfășura în mare parte manual, iar acum, aproape totul este digitalizat, de la automatizarea documentelor până la analiza avansată de date. De la dosarele fizice și calculatoarele de birou am ajuns să folosim softuri avansate, soluții cloud, inteligență artificială, etc.

Tehnologia și legislația au fost motoarele de schimbare în profesia contabilă, tehnologia a transformat radical contabilitatea, iar cerințele legislative au evoluat constant, devenind tot mai stricte și complexe ceea ce înseamnă că trebuie să fim mereu atenți și informați pentru a ne asigura că toate procedurile respectă normele legale actuale. Este un domeniu în care rămâi relevant doar dacă te adaptezi și îți actualizezi continuu cunoștințele

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

În domeniul contabilității și fiscalității, deschiderea unei societăți este condiționată de obținerea certificărilor de la CECCAR sau Camera Consultanților Fiscali, care atestă competențele profesionale și conferă legitimitate activității.

Înființarea unei societăți în contabilitate și fiscalitate, ca în orice alt domeniu necesită mai mult decât cunoștințe profesionale solide; este nevoie de un set de abilități și calități care să facă diferența, o combinație de cunoștințe economice, financiare, legislative, tehnice și abilități interpersonale puternice. Un antreprenor de succes în acest domeniu trebuie să fie deschis la inovație, să inspire încredere atât în echipă, cât și în relația cu clienții.

O gândire analitică și o atenție sporită la detalii sunt absolut necesare. Contabilitatea și consultanța fiscală cer precizie, iar o eroare mică poate avea consecințe mari. Se cere un simț dezvoltat al responsabilității și integrității, deoarece clienții au nevoie un partener în care să aibă încredere. În plus, răbdarea și abilitatea de a explica concepte fiscale și contabile complexe, într-un limbaj accesibil sunt foarte valoroase. Clienții apreciază un partener de încredere care le oferă nu doar soluții, ci și claritate în deciziile lor financiare.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră? Ce alte industrii / domenii au potențial de creștere?

Class Fiscal Consulting are în portofoliu clienți companii românești, SRL-uri și SA-uri, PFA-uri și ONG-uri. Domeniile în care operează acesta sunt servicii IT, transporturi, consultanță, educație, asistență medicală și psihologică, clinici de servicii medicale și estetice, imobiliare, comerț online, HoReCa, unități protejate. Tot ce este online este cu potențial de creștere și desigur vor avea nevoie de ajutorul nostru. De asemenea agricultura și industria alimentară sunt domenii cu potențial de creștere. Orice afacere are în fond nevoie de limpezime financiară, iar această limpezime poate veni de la un contabil atent și bine intenționat.

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

Pentru noi, digitalizarea e ca un upgrade continuu al afacerii, digitalizarea activității este nu doar importantă, ci absolut necesară.

Adaptarea la noile tehnologii înseamnă și că suntem pregătiți pentru schimbările legislative și cerințele de conformitate, reducând astfel riscurile și optimizând resursele. În loc să pierdem timp cu documente și calcule manuale, căutăm, testăm și achiziționăm soluții digitale care simplifică totul. În contabilitate și fiscalitate, unde precizia și viteza de procesare sunt critice, soluțiile digitale ne ajută să oferim servicii eficiente și conforme. Automatizarea sarcinilor repetitive ne va permite să ne dedicăm mai mult analizei și consultanței, aducând astfel plus valoare pentru clienți.

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

Una dintre cele mai mari provocări cu care ne confruntăm în prezent este adaptarea constantă la ritmul rapid al schimbărilor legislative. În domeniul contabilității și fiscalității, regulile se modifică des, uneori neașteptat și fără mult timp de adaptare. Practic,

trebuie să fim mereu la curent cu noutățile legislative, ceea ce presupune timp și efort pentru a învăța și a adapta procesele. Asta ne cere și să fim mereu pregătiți să le explicăm clienților implicațiile acestor schimbări, într-un mod accesibil și pe înțelesul lor.

Un alt aspect provocator este să ținem pasul cu evoluția tehnologică. Digitalizarea vine cu mari avantaje – ne ajută să gestionăm mai eficient datele, să lucrăm mai rapid și să oferim clienților un acces direct la informațiile de care au nevoie. Dar odată cu asta, responsabilitatea noastră pentru protecția datelor devine și mai mare. E nevoie să investim constant în tehnologie și în măsuri de securitate, pentru că lucrăm cu informații sensibile și private. Toate acestea adaugă complexitate activității noastre.

În plus de asta, una dintre cele mai mari provocări care ne așteaptă în 2025 este adaptarea la un noul val de reglementări fiscale care vor transforma radical felul în care raportăm și organizăm activitatea contabilă și financiară. Odată cu implementarea E-Factura, E-TVA și SAF-T etc., fiecare firmă va trebui să treacă printr-o reorganizare profundă a modului în care colectează și transmite datele către autorități. Aceste reglementări nu sunt doar opționale – ele devin obligatorii. Anul viitor va fi, fără îndoială, anul transformărilor, pentru că trecem la un nivel de detaliu și acuratețe în raportare cum nu am mai avut până acum. Acest lucru va pune o presiune enormă asupra proceselor interne, provocarea este să pregătim din timp atât sistemele, cât și echipa, să investim în tehnologii și proceduri care ne vor ajuta să fim gata pentru schimbările din 2025.

Ce strategie de dezvoltare aveți pentru următoarea perioadă?

Planul nostru ar trebui să fie simplu, doar că nu este. Încercăm să ne călim cu aceste provocări și să supraviețuim. O să urmărim două direcții: să ne pregătim din toate punctele de vedere pentru noile reguli, asta însemnând investiții în digitalizare și în programe, care să facă lucrurile mai simple și mai rapide. Pentru mine nu există creștere sănătoasă

fără să rămâi conectat cu clienții și fără să păstrezi acel echilibru între a face lucrurile eficient și a le face cu adevărat bine. Așa că a doua direcție este să consolidăm relația cu clienții, vrem să le dăm siguranța că obligațiile lor fiscale sunt acoperite și că, indiferent de ce schimbări apar, suntem aici să-i sprijinim. Vrem să fim un partener care le explică clar și simplu ce au de făcut. Ne concentrăm să le oferim servicii integrate, care să includă nu doar contabilitatea, ci și analize, suport pentru optimizare fiscală și consiliere permanentă. Fiecare afacere este unică, iar noi vrem să ne asigurăm că îi oferim exact sprijinul de care are nevoie.

În momentul de față, în țara noastră sunt în vigoare peste 16.000 de acte normative. Cum comentați dese modificări ale Codului Fiscal adoptate de ultimele guverne?

Este clar că aceste schimbări dese nu aduc beneficii. Se creează un mediu impredictibil care poate afecta funcționalitatea unei firme. Avem nevoie de siguranță și coerență și desigur înțelegem că suntem într-o perioadă de adaptare și transformare. Înțelegem că suntem într-o perioadă de adaptare și transformare, însă stabilitatea și predictibilitatea ar trebui să fie priorități pentru orice administrație. Antreprenorii și investitorii au nevoie de o bază legislativă pe care să se poată baza, iar asta înseamnă transparență, consultări periodice și mai puține schimbări bruște. Așteptăm claritate în legislație astfel încât să putem intui viitorul.

Cum apreciați nivelul actual al fiscalității din țara noastră? Care considerați că sunt zonele unde s-ar putea reduce fiscalitatea și domeniile care au un potențial ridicat de colectare?

Nivelul actual al fiscalității din România este unul care pune adesea o povară destul de mare pe micii antreprenori și pe afacerile aflate la început de drum. Unul dintre domeniile în care s-ar putea reduce fiscalitatea este zona taxelor pe muncă. România se află printre țările cu cele mai mari taxe pe salarii din Uniunea Europeană, iar această povară fiscală are un



impact direct asupra costurilor de operare ale companiilor. O reducere a acestor taxe ar sprijini angajările și ar încuraja oficializarea locurilor de muncă, contribuind la combaterea economiei informale și reducând presiunea asupra angajatorilor. Un alt sector unde fiscalitatea ar putea fi ajustată este cel al impozitului pe profit, în special pentru IMM-uri și start-up-uri. Reducerea impozitelor pentru afaceri mici, în primii ani de activitate, ar stimula investițiile și creșterea acestora, ajutându-le să se dezvolte și să devină competitive pe piață. De asemenea, ar fi benefică o simplificare a procedurilor fiscale pentru micii antreprenori, astfel încât să nu fie copleșiți de birocrație. În ceea ce privește domeniile cu potențial ridicat de colectare, un sector în care România poate îmbunătăți colectarea veniturilor fiscale este zona comerțului online. În ultimii ani, creșterea acestui tip de activitate, a dus la un număr semnificativ de tranzacții care sunt mai greu de monitorizat. Aici, un cadru fiscal clar și reglementări adaptate ar putea ajuta la creșterea veniturilor la bugetul de stat, fără a pune o presiune prea mare asupra afacerilor mici și mijlocii.

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

Executivul ar trebui să acționeze pe trei direcții majore pentru a stimula mediul de

afaceri și a moderniza administrația: digitalizare, debirocratizare și stabilitate legislativă.

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

Sunt o adevărată expertă în multitasking și de foarte multe ori viața profesională o duc acasă. Cu timpul, am ajuns să înțeleg că echilibrul între viață și muncă nu se măsoară în ore sau agende bine organizate, cred că viața asta chiar e făcută din bucurii simple. Dacă ar trebui să aleg un cuvânt pentru mine, ar fi cuvântul norocoasă, da, sunt conștientă de acest lucru. Sunt fericită că mă pot numi copil, că părinții mei trăiesc.

În fiecare dimineață beau o cafea eu cu mine - e încărcarea mea de baterie înainte să-mi încep ziua la birou. După o zi plină la birou, de exemplu, parcă nimic nu se compară cu un castron de cartofi prăjiți, cu brânză rasă și un ou ochi – confortul suprem!

Îmi place să merg la Baia de Arieș acolo unde au trăit bunicii mei, unde sunt părinții mei și unde e toată copilăria mea, acolo e antidotul meu pentru zilele încărcate. Îmi iau o pauză, mă văd cu prieteni de demult, respir aerul proaspăt și îmi umplu sufletul. Și apoi sunt acele seri pe canapea, la filme cu băieții mei. Îmi place să citesc și să călătoresc, da, o vacanță în Grecia e de neegalat. Mă relaxează să decorez casa, orice sărbătoare e un bun prilej pentru asta, iar când văd bucuria alor mei, vorba MasterCard - de neprețuit. Îmi place să fac poze, e clar singurul mod în care opresc timpul pe loc.

Apreciez din ce în ce mai mult și momentele în care pot să mă implic în acțiuni sociale – ele îmi aduc o bucurie și împlinire, fiindcă îmi oferă șansa să dau ceva înapoi.

De exemplu, chiar acum sunt implicată într-un proiect special, în susținerea publicării unei cărți intitulată *Portretele Lui Eminescu*. Este o experiență extraordinară, care îmi aduce o bucurie imensă, simt că am șansa de a sprijini un demers cultural important, pot fi parte din ceva cu adevărat important. Cred că toate aceste lucruri îmi aduc echilibrul, îmi dau energie și sens.



PRODUSE SUSTENABILE LUCRATE ÎN ROMÂNIA

ALTRNTV

STR. CONSTANTIN MILLE 18, ETAJ 1 | INSTAGRAM @ALTRNTVSHOP
WWW.ALTRNTVSHOP.COM

Vom deschide NBP Academy, unde vom oferi cursuri avansate de cosmetică

Interviu cu Bianca-Patricia Nahaiciuc, Fondator, NBP Clinique

NBP vine de la New Body Perspective. Cum a decurs anul 2024 pentru NBP Clinique - o clinică specializată în epilare definitivă și remodelare corporală?

Anul 2024 a reprezentat un punct de cotitură pentru NBP Clinique, marcând o evoluție semnificativă atât în ceea ce privește recunoașterea brandului, cât și dezvoltarea operațională. Am devenit una dintre cele mai cunoscute clinici din România, specializată în epilare definitivă și remodelare corporală, extinzându-ne la două locații pentru a deservi un număr tot mai mare de clienți.

Investițiile în tehnologie de ultimă generație au fost esențiale pentru această creștere. Am adăugat trei aparate noi de epilare definitivă certificate medical, de la renumitul brand Cocoon Medical, și două echipamente de remodelare corporală de top – Wonder Axon și Viora, ambele recunoscute pentru rezultate remarcabile susținute de studii clinice.

Pe lângă investițiile în aparatură, anul 2024 a fost și despre dezvoltare profesională. Am participat la numeroase cursuri, specializări și evenimente din domeniu pentru a ne asigura că echipa noastră oferă cele mai bune servicii clienților noștri. Aceste eforturi s-au reflectat și în rezultatele financiare, confirmând încrederea clienților noștri în calitatea serviciilor NBP Clinique. Pentru noi, fiecare investiție a fost realizată cu gândul la misiunea noastră: să oferim rezultate reale, bazate pe transparență și profesionalism, consolidând astfel poziția clinicii în topul industriei de beauty din România.

Echipa dumneavoastră participă activ la programe de educație continuă, cursuri și conferințe în domeniul beauty, a esteticii și a dermatologiei. Cât de important este să fii la curent cu ultimele tehnologii?

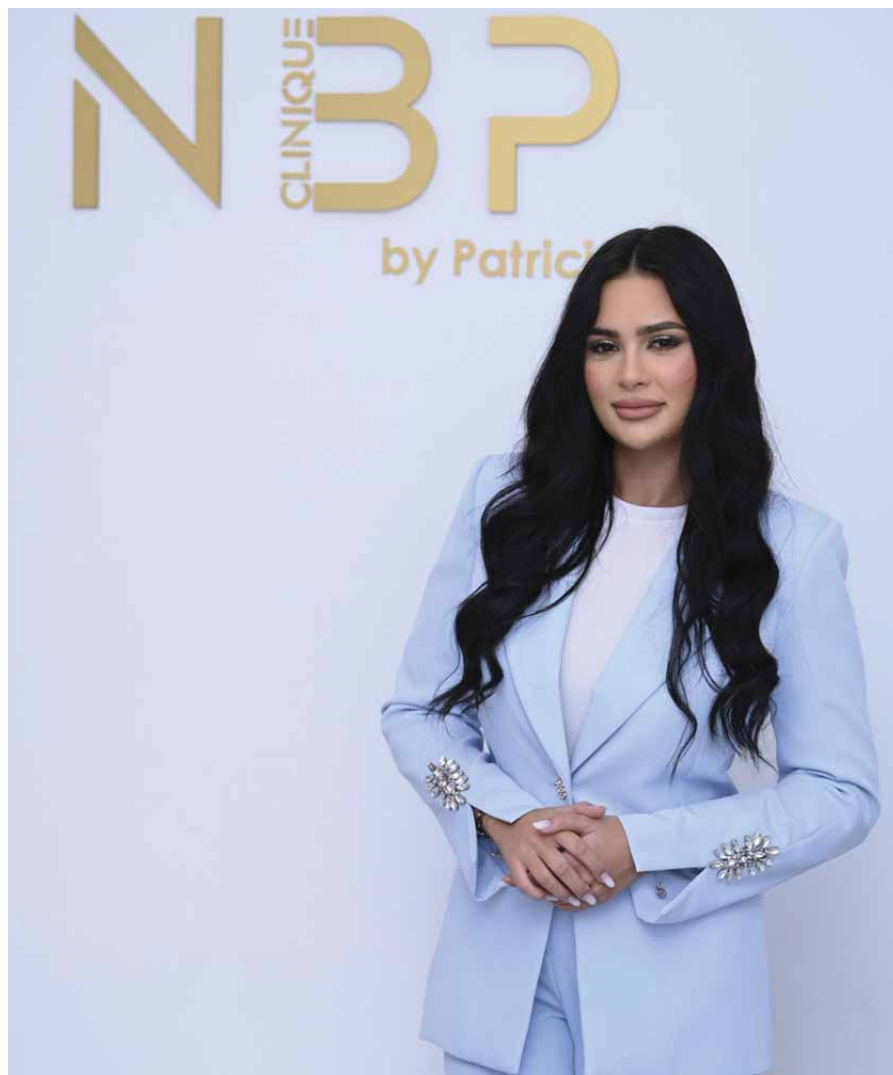
Din punctul meu de vedere, să fii la curent cu cele mai noi tehnologii și informații este esențial pentru a oferi servicii de top într-un domeniu atât de dinamic precum beauty-ul, estetica și dermatologia. Acesta este un sector care evoluează constant, dar, din păcate, circulă și foarte multe mituri și informații eronate, nesuținute de studii clinice. Este responsabilitatea noastră să diferențiem între ceea ce este validat științific și ceea ce reprezintă doar marketing. De-a lungul anilor, am participat la o gamă largă de cursuri, seminarii și conferințe specializate în epilarea definitivă și remodelarea corporală. Aceste experiențe, combinate cu teste riguroase ale aparatelor din piață, cercetare detaliată și colaborări cu dermatologi de renume, mi-au permis să ajung la informații corecte și bine fundamentate. Totodată, experiența practică și rezultatele clienților noștri au consolidat aceste cunoștințe și au dus la dezvoltarea unui protocol unic pentru epilarea definitivă și remodelarea corporală, pe care l-am implementat cu succes în cadrul NBP Clinique.

Într-un domeniu în care deseori se lucrează „după ureche”, fără a ține cont de date clare și studii clinice, este extrem de important să înțelegi anatomia pielii, să cunoști în detaliu aparatul utilizat, să personalizezi tratamentele pentru fiecare client și să identifice riscurile potențiale, cum ar fi arsurile, cicatricile, hiperpigmentările sau

hipopigmentările. Aceste lucruri nu doar că asigură rezultate excepționale, dar protejează și sănătatea clientului. Am realizat, din păcate, că multe academii de cosmetologie transmit informații incomplete sau incorecte. De aceea, începând cu anul 2025, vom deschide **NBP Academy**, o academie acreditată de Ministerul Muncii, unde vom oferi cursuri avansate de cosmetică, axate pe informații validate științific, tehnologii de ultimă oră și protocoale sigure și eficiente. Scopul nostru este să ridicăm standardele în domeniul beauty și să contribuim la educarea unei noi generații de profesioniști care să practice cu responsabilitate și excelență.

Care sunt cele mai solicitate tratamente? Ne puteți oferi detalii privind prețurile acestor tratamente și despre durata lor?

Cele mai solicitate tratamente din cadrul NBP Clinique includ epilarea progresiv definitivă, tratamentele corporale pentru slăbire localizată, eliminarea bărbiei duble și conturarea mandibulară, precum și tratamentele de tonifiere corporală. Aceste servicii sunt preferate datorită eficienței lor și rezultatelor vizibile, care au schimbat în bine viața multor clienți. Pentru epilarea progresiv definitivă, durata unei ședințe de full body variază între **1 oră și 15 minute - maxim 2 ore**, în funcție de zonele tratate. În cazul tratamentelor corporale, durata este de aproximativ **45 de minute până la o oră**, în funcție de protocolul personalizat pentru fiecare client. Ne mândrim cu prețuri accesibile pentru toate serviciile noastre, deoarece ne dorim ca frumusețea și confortul să fie la îndemâna tuturor. Prin campania noastră „**Epilarea**



ca prețurile din clinica noastră să fie ajustate pentru a veni în sprijinul fetelor și femeilor care aveau nevoie de acest serviciu, dar pentru care era inaccesibil din punct de vedere financiar.

Ce a început ca o inițiativă personală, menită să ajute, s-a transformat rapid într-o campanie cu impact major. Campania „Epilarea definitivă este o necesitate, nu un moft” a devenit un simbol al misiunii noastre de a face epilarea definitivă mai accesibilă, păstrând în același timp standardele înalte de calitate și profesionalism. Suntem mândri că prin această campanie am reușit să schimbăm viețile a peste 1.000 de fete și femei, oferindu-le soluții reale, accesibile și sigure.

Care sunt planurile de viitor pentru NBP Clinique?

Pentru NBP Clinique viitorul este plin de oportunități și provocări ambițioase. La începutul anului 2025, vom lansa două proiecte importante: deschiderea unei **noi locații** și lansarea **NBP Academy**, o academie acreditată de Ministerul Muncii, care va aduce o viziune proaspătă și diferită în domeniul cosmeticii.

Academia noastră va reflecta aceleași valori care ne ghidează în cadrul clinicii: transparență, informare corectă și dedicare față de client. Vom oferi o programă intensivă, plină de informații validate științific, secrete din industrie și bune practici, pentru a forma specialiști pregătiți să ofere servicii de top. Academia va răspunde nevoilor pieței, aducând un suflu nou și ridicând standardele educației în acest domeniu.

După lansarea și consolidarea NBP Academy, ne propunem să extindem prezența clinicii noastre atât în București, cât și în alte orașe din România. Cererea venită din întreaga țară ne încurajează să luăm în considerare extinderea, dar vom face acest pas strategic și atent, pentru a ne asigura că păstrăm același nivel de calitate și implicare în fiecare locație.

Obiectivul nostru este ca indiferent de locația aleasă, clienții să beneficieze de aceeași experiență premium, bazată pe profesionalism, aparatură de ultimă generație și rezultate excepționale. Ne dorim să creștem în ritmul potrivit, punând mereu

definitivă este o necesitate, nu un moft, am reușit să ajutăm peste **1.000 de fete și femei** să beneficieze de avantajele epilării definitive, oferind acces la tratamente la cele mai accesibile prețuri pentru aparatura de top pe care o utilizăm.

Acest angajament față de calitate și accesibilitate este susținut de aparatele noastre certificate medical, recunoscute la nivel internațional, și de echipa noastră de profesioniști dedicați, care asigură o experiență premium la un cost echitabil.

De unde v-a venit ideea campaniei „Epilarea definitivă este o necesitate, nu un moft”, care a devenit și marcă înregistrată?

Ideea campaniei „Epilarea definitivă este o necesitate, nu un moft” a venit inițial dintr-o dorință sinceră de a face o diferență în viețile fetelor și femeilor care se confruntau cu

probleme estetice și de sănătate cauzate de metodele tradiționale de epilare. Nu m-am gândit atunci că această inițiativă va lua o asemenea amploare sau că va deveni o marcă înregistrată.

Totul a pornit de la cazurile pe care le-am întâlnit în clinică: tinere care sufereau de foliculită avansată, unele care nu fuseseră niciodată la mare sau care evitau să poarte pantaloni scurți din cauza aspectului inestetic al pielii. Mai mult, multe dintre ele sângerau sau aveau dureri considerabile în timpul epilării cu alte metode. Mi-am dat seama că pentru ele epilarea definitivă nu era un lux, ci o soluție necesară pentru a-și recăpăta încrederea și confortul în viața de zi cu zi. Am început să vorbesc despre acest lucru pe rețelele de social media, explicând că epilarea definitivă ar trebui să fie accesibilă și pentru persoanele care nu își permit să investească sume mari, cum ar fi peste 8.000 de lei pentru un abonament. Astfel, am decis

calitatea înaintea cantității, pentru a continua să oferim excelență în toate serviciile noastre.

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

Conform rapoartelor publicate în 2023, segmentul de piață al epilării definitive și remodelării corporale a înregistrat o creștere semnificativă la nivel global. Oamenii devin din ce în ce mai informați, înțeleg beneficiile și confortul pe care aceste proceduri le aduc în viața lor, atât din perspectiva estetică, cât și a calității vieții. Epilarea definitivă și remodelarea corporală nu mai sunt percepute ca mofturi, ci ca soluții practice care economisesc timp, îmbunătățesc încrederea în sine și aduc un plus de confort în viața de zi cu zi.

Această tendință ascendentă este vizibilă și în România, unde publicul devine tot mai deschis către astfel de proceduri. Din ce în ce mai mulți români investesc în soluții care să le ofere timp liber și un stil de viață mai simplu, iar acest lucru indică un potențial de creștere promițător pe piața locală.

Cu toate acestea, există și provocări care limitează creșterea sănătoasă a acestui segment. Lipsa unei legislații clare în România permite accesul pe piață al antreprenorilor fără experiență sau calificări adecvate, care utilizează aparate necertificate sau de slabă calitate. Acest lucru duce la dezinformare, rezultate nesatisfăcătoare pentru clienți și o scădere a încrederii generale în aceste servicii.

În acest context, NBP Clinique se diferențiază prin transparență, utilizarea de echipamente medicale certificate, educație continuă și protocoale sigure, oferind clienților garanția unor rezultate reale. Credem că o piață educată și reglementată corect va contribui la creșterea semnificativă a acestui segment, iar noi ne propunem să fim un lider în promovarea acestor standarde ridicate.

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

Piața de epilare definitivă și remodelare corporală are o nevoie urgentă de educație, profesionalism și servicii realizate la cele mai înalte standarde, cu echipamente certificate și sigure pentru clienți. Antreprenorilor care

își doresc să intre pe acest segment le recomand să investească timp și resurse în formare profesională, cursuri și specializări relevante. Este esențial să înțeleagă că succesul pe termen lung vine din calitate, transparență și din dorința de a face o diferență reală în viața oamenilor.

De asemenea, îi încurajez să acorde o importanță deosebită aparaturii utilizate, să aleagă echipamente certificate medical și susținute de studii clinice. Aparatura de calitate nu doar că oferă rezultate excepționale, dar și protejează sănătatea clienților, contribuind astfel la construirea unei reputații solide.

Antreprenorii trebuie să își definească misiunea dincolo de obținerea veniturilor. Este important să se concentreze pe crearea de valoare pentru clienți, să transmită informații corecte și să ofere servicii impecabile. Din păcate, piața este deja saturată de companii care pun pe primul loc câștigurile financiare, în detrimentul calității și al clientului. Acest lucru a generat o dezinformare semnificativă și o lipsă de încredere în aceste servicii.

Avem nevoie de specialiști autentici, pasionați de acest domeniu, care să ridice standardele industriei și să educe publicul în privința beneficiilor și siguranței acestor proceduri. Îi invit pe viitorii antreprenori să contribuie la această schimbare pozitivă și să facă parte dintr-o comunitate de profesioniști care prioritizează excelența și respectul față de client. Numai astfel putem construi o piață matură, bazată pe profesionalism și încredere.

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?

Evoluția antreprenoriatului în România este vizibilă, dar consider că încă avem un drum lung de parcurs pentru a ne alinia la nivelul statelor din Europa Centrală. Din perspectiva mea, principala diferență constă în infrastructura antreprenorială și în mentalitatea care susține inovația și dezvoltarea sustenabilă. În România, mulți antreprenori sunt încă nevoiți să depășească bariere precum birocrăția, accesul dificil la finanțare și lipsa unui cadru legislativ care să încurajeze inițiativele private.



Cu toate acestea, văd un potențial uriaș. România are antreprenori pasionați, determinați și capabili să aducă schimbări pozitive. În industria în care activez, de exemplu, observ o deschidere tot mai mare către servicii premium și o dorință de profesionalizare, ceea ce demonstrează că piața și consumatorii evoluează. Cred că un factor esențial pentru progresul antreprenoriatului este educația. Fie că vorbim de educația antreprenorială pentru tinerii care doresc să înceapă afaceri, fie de educarea consumatorilor, este vital să promovăm cunoștințele corecte și bunele practici. În cazul meu, prin proiecte precum **NBP Academy**, îmi propun să contribui activ la creșterea calității în domeniul beauty și să ridic standardele industriei.

Un alt aspect pe care îl consider important este colaborarea. În alte țări, antreprenorii lucrează deseori împreună, împărtășesc experiențe și creează comunități puternice care impulsionează inovația. În România, acest spirit de colaborare începe să se contureze, dar este nevoie de mai multă susținere din partea autorităților și a investitorilor pentru a construi un ecosistem antreprenorial competitiv. Privind înainte, cred că România are toate ingredientele necesare pentru a ajunge la nivelul statelor din Europa Centrală. Cu mai multă educație, susținere legislativă și o schimbare de mentalitate, putem transforma provocările actuale în oportunități de creștere, nu doar pentru noi ca antreprenori, ci pentru întreaga economie.

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.

Feedback-ul pozitiv din partea clienților ne motivează să ne îmbunătățim continuu

Interviu cu Octavian Barbu, Business Development Manager, Baker Tilly România

Cum apreciați activitatea și bilanțul Baker Tilly România în anul 2024?

Activitatea Baker Tilly România în anul 2024 a fost una remarcabilă, reflectând o creștere constantă atât în ceea ce privește volumul de lucru, cât și satisfacția clienților. Bilanțul anual arată o expansiune semnificativă a portofoliului de servicii, păstrând în același timp standarde înalte de calitate. Am reușit să consolidăm relațiile cu partenerii noștri, iar feedback-ul pozitiv din partea clienților ne motivează să ne îmbunătățim continuu.

Cum este organizată echipa dumneavoastră? Care sunt departamentele cele mai importante? Ce avantaje vă conferă apartenența la rețeaua Baker Tilly și la know-how-ul acesteia?

Echipa noastră este organizată pe departamente specializate, cum ar fi audit, consultanță fiscală, contabilitate, servicii de ESG și digitalizare. Toate departamentele noastre sunt extrem de importante deoarece colaborează strâns pentru a oferi soluții integrate partenerilor noștri. Apartenența la rețeaua Baker Tilly ne oferă acces la o resursă extrem de valoroasă în ceea ce privește know-how-ul și bunele practici internaționale, precum și la resurse globale, ceea ce îmbunătățește semnificativ calitatea serviciilor noastre.

Cum apreciați interesul companiilor românești și a celor multinaționale care activează în țara noastră pentru aplicarea normelor ESG?

Se estimează că peste 5.000 de companii din România trebuie să publice un raport



ESG conform Directivei privind Raportarea Sustenabilității Corporative (CSRD), care a intrat în vigoare în luna ianuarie a acestui an. Am observat un interes tot mai mare pentru ESG din acest motiv, deși va mai necesita un timp până când ESG va deveni o practică uzuală în România, nu doar în ceea ce privește raportarea, ci și integrarea completă a ESG în strategia și operațiunile unei companii.

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

Consider că este esențial ca instituțiile publice să acorde o atenție sporită formării profesionale a angajaților în domeniul legislației și al procedurilor administrative. Un angajat bine pregătit poate contribui semnificativ la reducerea riscurilor de litigii, ceea ce, pe termen lung, economisește timp, resurse și sprijină o mai bună relație cu contribuabilii. Într-o lume în continuă schimbare legislativă, prevenția devine mai valoroasă decât intervenția.

Digitalizarea își extinde tot mai mult sfera de aplicabilitate. Auditul este inclus în această sferă de impact. Ce recomandări aveți pentru directorii financiari ai companiilor cu care colaborați? Cât de bine / mult trebuie să colaboreze cu departamentul de IT?

Recomand directorilor financiari, și în general structurii de top management să colaboreze îndeaproape cu departamentul IT pentru a implementa soluții digitale eficiente care să îmbunătățească procesul de audit. Această colaborare nu doar că optimizează fluxul de lucru, dar ajută și la adunarea și analizarea datelor într-un mod mai rapid și mai precis. Integrarea tehnologiilor avansate, precum inteligența artificială și analiza datelor, poate transforma modul în care auditul este realizat, aducând un plus de valoare pentru companie.

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

Într-adevăr, împărtășesc această prognoză iar creșterea numărului de insolvențe este așteptată chiar și în țările europene dezvoltate, având în vedere contextul economic actual, marcat de factori precum creșterea costurilor de finanțare, inflația și provocările din lanțurile de aprovizionare. În special, sectoarele precum construcțiile, comerțul cu amănuntul și micile afaceri din industrie pot fi mai vulnerabile, din cauza marjelor mici de profit și a dependenței de creditare. Totuși, consider că firmele care acționează din timp, apelând la servicii de restructurare sau optimizare a operațiunilor, pot transforma aceste provocări în oportunități.

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

Compliance-ul a devenit o prioritate pentru tot mai mulți manageri români, mai ales în contextul creșterii cerințelor de raportare și a riscurilor de penalități. Totuși, mai ales în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii, conformarea este văzută uneori ca o povară administrativă, și nu ca un avantaj competitiv. Este important să promovăm ideea că respectarea regulilor nu doar că reduce riscurile, ci și contribuie la reputația și succesul unei afaceri.

În ultimii ani, marile corporații de la noi, dar și firmele mici au înțeles însemnătatea responsabilității sociale. Au înțeles că pentru a exista, este nevoie să dea înapoi comunității. Ce ar trebui să facă autoritățile locale și centrale pentru a stimula companiile să investească în proiecte de CSR (Corporate social responsibility)?

O strategie bine conturată de responsabilitate socială corporativă (CSR) poate aduce numeroase beneficii unei companii, printre care:

- Angajamentul și retenția angajaților – Consolidarea sentimentului de apartenență la companie și mândria acestora atunci când văd că firma lor face o diferență. Voluntariatul este, de asemenea, o modalitate excelentă de teambuilding și contribuie la bunăstarea angajaților.
- Bază loială de clienți – Studiile arată că clienții brandurilor mai sustenabile tind să fie mai loiali și sunt dispuși să plătească mai mult pentru un produs, dacă simt că acesta este benefic pentru mediu și societate.
- Reputație corporativă solidă – O reputație bună poate influența pozitiv performanța și profitabilitatea companiei.

În același timp, companiile pot acționa rapid și agil, completând munca guvernelor, mai ales în



Consider că este esențial ca instituțiile publice să acorde o atenție sporită formării profesionale a angajaților în domeniul legislației și al procedurilor administrative.

situații de urgență. Exemple relevante includ donațiile de echipamente medicale esențiale din partea companiilor din întreaga lume în timpul pandemiei de COVID-19, oferind sprijin și resurse pentru serviciile esențiale de sănătate.

Autoritățile centrale pot încuraja proiectele CSR prin stimulente fiscale, dar, cel mai important, prin facilitarea procesului de implicare a companiilor. De exemplu, pot aborda proactiv companiile cu idei de proiecte, asigurându-se că acestea contribuie la nevoile reale ale societății.



În atenția autorităților, instituțiilor publice, persoanelor juridice de drept privat cu mai mult de 50 de angajați

Asistență privind aplicarea Legii 361/2022 privind protecția avertizorilor în interes public

Articol de Dragoș Dincă, Fondator, Public Research SRL

Expert, consultant, manager de contract în cadrul a peste o sută de proiecte finanțate din PODCA/POCA și POSDRU/POCU

Potrivit **Legii nr. 361/2022 privind protecția avertizorilor în interes public**, autoritățile, instituțiile publice, alte persoane juridice de drept public, indiferent de numărul de angajați, **precum și persoanele juridice de drept privat care au cel puțin 50 de angajați, au obligația de a identifica sau institui canale interne de raportare** și de a stabili proceduri de raportare internă și pentru efectuarea de acțiuni subsecvente. Obligația de identificare sau de instituire a canalelor interne de raportare, de stabilire a procedurilor de raportare internă și de efectuare de acțiuni subsecvente stabilite de către autoritățile și instituțiile publice se aplică și structurilor fără personalitate juridică ale acestora, care au cel puțin 50 de angajați.

Avertizor în interes public este persoana fizică, care efectuează o raportare sau divulgă informații referitoare la încălcări ale legii, obținute în context profesional. Potrivit art. 28, nerespectarea de către persoanele juridice menționate anterior a obligației de a institui canalele interne de raportare, **se sancționează cu amendă de la 3.000 lei la 30.000 lei, iar nerespectarea obligațiilor privind conceperea, instituirea și gestionarea modalității de primire a raportărilor astfel încât să fie protejată confidențialitatea identității avertizorului în interes public și a oricărei părți terțe menționate în raportare și să se împiedice accesul la raportare al personalului neautorizat, se sancționează cu amendă de la 4.000 lei la 40.000 lei.**

Oferta noastră se întemeiază pe prevederile art. 10 lit. c): desemnarea unei persoane, a unui compartiment sau a unui terț, cu atribuții în ceea ce privește primirea, înregistrarea, examinarea, efectuarea de acțiuni subsecvente și soluționarea raportărilor, care să acționeze cu imparțialitate și care să fie independent în exercitarea acestor atribuții.

SERVICII PROPUSE:

- realizarea canalului intern de raportare, astfel încât să fie protejată confidențialitatea identității avertizorului în interes public: acces la formularul de raportare prin cod QR și adresă de e-mail dedicată (avertizor@inovatieinadministratie.ro);
- elaborarea procedurii interne de semnalare/raportare, lansare a avertizărilor în interes public;
- asistență în comunicarea procedurii către angajați;
- transmiterea avertizorului în interes public a confirmării primirii raportării, în termen de cel mult 7 zile calendaristice de la primirea acesteia;
- formularea de răspunsuri la raportările/avertizările în interes public primite/ soluționarea raportărilor;
- informarea avertizorului în interes public cu privire la stadiul acțiunilor subsecvente,



în termen de cel mult 3 luni de la data confirmării de primire;

- elaborarea **registrului anual de raportări** care cuprinde data primirii raportării, numele și prenumele, datele de contact ale avertizorului în interes public, obiectul raportării și modalitatea de soluționare;
- asigurarea confidențialității avertizorilor în interes public.

DE CE NOI?

- pentru că am lucrat cu Ministerul Justiției la fundamentarea acestei legi și avem expertiza necesară acestui domeniu;
- pentru că este mai ieftină externalizarea serviciului, comparativ cu desemnarea unui angajat propriu care să realizeze aceste activități;
- pentru că este dificil de identificat în interior o persoană care să asigure confidențialitatea raportărilor;
- pentru că orice manager trebuie să fie informat cu privire la potențiale încălcări ale legii din organizația sa;
- pentru că este o obligație legală.

TARIF PENTRU PACHETUL DE SERVICII:

1. elaborarea procedurii interne de semnalare/raportare, lansare a avertizărilor în interes public, realizarea canalului intern de raportare, asistență în comunicarea procedurii către angajați – **2.500 lei plus TVA** (termen 30 de zile de la semnarea contractului);



4. Cercetări sociologice, peste 30 de contracte;
5. Strategii de dezvoltare la nivel național și local – 45 strategii elaborate;
6. Elaborare documente de organizare internă și proceduri de lucru - pentru mai mult de 40 de instituții publice;
7. Management de proiect și elaborare documentații de finanțare – am asigurat management de proiect pentru două proiecte PODCA, un proiect POR și două proiecte POSDRU, am elaborat documentații de finanțate pentru proiecte de peste 40 milioane euro;
8. Orientare și consiliere profesională pentru mai mult de 8.000 de persoane;
9. Vizite de monitorizare și control pentru OIR POSDRU BI și OIR POSDRU NE.

În ultimii 5 ani, SC Public Research SRL a derulat contracte de servicii cu instituții precum:

Ministerul Transporturilor, Ministerul Justiției, Curtea de Conturi, Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor, Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, Ministerul Fondurilor Europene, Ministerul Energiei, Secretariatul General al Guvernului, Agenția Națională a Funcționarilor Publici, Consiliul Județean Ilfov, Consiliul Județean Vâlcea, Direcția Națională Anticorupție, Consiliul Județean Buzău, Primăria Sectorului 6, Primăria Slobozia etc.

În particular, trebuie remarcate următoarele avantaje și competențe ale firmei Public Research SRL:

- Deține o **cunoaștere aprofundată a sistemului public românesc**, dobândită în cadrul diferitelor proiecte implementate, fiind pe deplin familiarizată cu elementele critice care caracterizează procesul de reformă a administrației publice;
- Are o **experiență deosebită și semnificativă** în formarea specializată la nivel managerial, precum și în consultanța strategică și organizațională, acumulată în mod special în contextul administrației publice din România;
- A dobândit o **experiență remarcabilă în proiectarea, promovarea și managementul schimbării** în cadrul administrației publice;
- Adoptă o abordare foarte inovativă, utilizând **instrumente bazate pe tehnologii de avangardă din sectorul TIC**. Din acest motiv, SC Public Research este în stare să furnizeze o paletă de servicii inovative;
- Baza de date a experților SC Public Research cuprinde peste **150 de profesioniști**

2. primirea avertizărilor în interes public, gestionarea acestora, transmiterea avertizorului în interes public a confirmării primirii raportării, formularea de răspunsuri, soluționarea raportărilor –

- 10 lei/angajat/lună plus TVA, contract cu durata de minim 6 luni, pentru organizații cu mai puțin de 50 de angajați;
- 8 lei/angajat/lună plus TVA, contract cu durata de minim 6 luni, pentru organizații cu 50-100 de angajați;
- 6 lei/angajat/lună plus TVA, contract cu durata de minim 6 luni, pentru organizații cu mai mult de 100 de angajați;

3. elaborarea **registruului anual de raportări** – **1.500 lei plus TVA;**

Cu stimă,
SC Public Research SRL
Conf. univ. dr. Dragoș Dincă

DESPRE NOI

PUBLIC RESEARCH SRL este o firmă românească, înființată în anul 2009, specializată în domeniul consultanței în management și consilierii/îndrumării/formării resurselor umane. Având o bună cunoaștere și înțelegere a nevoilor foarte mari ale organizațiilor românești și a modului în care acestea pot fi satisfăcute, Public Research SRL și-a concentrat activitatea, în principal, pe servicii de consultanță în management și formare pentru angajați. În cei 15 ani de existență, activitatea a fost orientată pe următoarele direcții:

1. Analize ale nevoilor de formare pentru funcționari publici și personal contractual – **12.500 de persoane;** Instituții beneficiare: SGG, Ministerul Muncii, Agenția Națională a Funcționarilor Publici, primării de municipii, orașe, comune, Ministerul Mediului, Ministerul Sănătății;
2. Programe de perfecționare dezvoltate în funcție de nevoile specifice ale fiecărei instituții – peste **45.000 de persoane** (ca partener al ANFP sau în cadrul unor proiecte finanțate din PODCA/POCA)
3. Consultanță în domeniul achizițiilor publice – în cadrul unor proiecte finanțate din PODCA, POSCE, POSDRU – mai mult de 25 contracte de consultanță;

SC PUBLIC RESEARCH SRL

CUI: **RO24965203**

Adresa: Mărășesti 2B, bl D,
spațiul 2, Sector 5, București
Tel./Fax: 0372 875 418

Telefon: 0722 229 340

Email: office@public-research.ro

Web site: www.publicresearch.ro

naționali, permițând organizarea și o gestionare eficientă și în situații neprevăzute sau de criză;

- Angajații permanenți au o foarte bună cunoaștere a sectorului public românesc, organizarea fiind una de tip rețea, matriceală, ce asigură o mare flexibilitate de abordare a oricărui proiect;
- Există dotări materiale adecvate activităților de formare și dezvoltare instituțională (autoturisme, laptop-uri, videoproiectoare, imprimante, ecrane de proiecție, aparate foto, aparate de multiplicat etc.)

În ultimii ani, am derulat numeroase activități în proiecte precum:

1. Instruirea personalului MAI pentru utilizarea sistemului DMS în cadrul proiectului „Management performant la nivelul DGRIP, DGCTI, DSG și instituțiile prefectului” - cod SIPOCA 591/ cod SMIS 127548;
2. Transferul de cunoștințe pentru utilizarea și administrarea Sistemului Informatic de calcul a volumului și complexității activităților procururilor și parchetelor implementat prin proiectul „Optimizarea managementului la nivelul sistemului judiciar. Componenta de parchete” - cod SIPOCA 761/cod MySMIS 133850;
3. „CPCI – Creșterea performanței și calității instituționale prin îmbunătățirea sistemului de evaluare și asistență psihologică la nivelul sistemului judiciar”, Cod SIPOCA/MySMIS: 762/135456, beneficiar – Consiliul Superior al Magistraturii;
4. „Servicii IT dezvoltare software R3 proiect și furnizare hardware, în cadrul proiectului „Întărirea capacității de procesare și analiză a datelor referitoare la criminalitatea organizată și creșterea capacității administrative a Ministerului Public” – cod SIPOCA 764/MySMIS 133394;
5. „Consolidarea integrității, reducerea riscurilor de corupție” cod SIPOCA 1142/COD MySMIS 2014+ 152199, Municipiul Adjud ;
6. „Implementare sistem de management strategic Balanced Scorecard și implementare sistem de management al calității totale CAF la nivelul Primăriei Municipiului Adjud”, Cod SIPOCA 1189; Cod MySMIS2014+: 154833;
7. „Organizare întâlniri de lucru în cadrul RNDR și realizare suport tehnic informațional”, Cod proiect: F/20/2/1/S/O/18/1/O/18/O/00/O1/SO, Suport tehnic pentru identificare probleme și furnizare soluții tehnice, Agenția pentru

Finanțarea Investițiilor Rurale;

8. „Sprijin pentru implementarea Convenției de la Istanbul în România”, finanțat prin Mecanismul Financiar Norvegian 2014-2021, în cadrul Programului Justiție, Agenția Națională pentru Egalitatea de Șanse între Femei și Bărbați;
9. „Dezvoltarea sistemului informatic național integrat de evidență a creanțelor provenite din infracțiuni” ROARMIS, cod SIPOCA 763/MySMIS2014 135331, Agenția Națională de Administrare a Bunurilor Indisponibilizate;
10. „Consolidarea și eficientizarea sistemului național de recuperare a creanțelor provenite din infracțiuni”, cod SIPOCA 56, Agenția Națională de Administrare a Bunurilor Indisponibilizate;
11. „Instruire în domeniul prelucrării datelor cu caracter personal pentru structurile din cadrul sistemului de coordonare, gestionare și control al FESI în România”, cod proiect 3.1.107, cod SMIS 2014+ 128212, Agenția Națională a Funcționarilor Publici;
12. „Instruire pentru structurile din cadrul sistemului de coordonare, gestionare și control al FESI în România, pe tematici prioritare pentru dezvoltarea capacității manageriale pentru sistemul de coordonare, gestionare și control al FESI”, cod proiect 3.1.028, Agenția Națională a Funcționarilor Publici;
13. „ETICA - Eficiență, Transparență și Interes pentru Conduita din Administrație”, cod SIPOCA 63, Agenția Națională a Funcționarilor Publici ;
14. „TEAM-UP: Progres în calitatea îngrijirii alternative a copiilor”, Cod proiect POCU/480/4/19/127169, Autoritatea Națională pentru Drepturile Persoanelor cu Dizabilități, Copii și Adoptii;
15. „Bacău Smart County”, cod SIPOCA/SMIS - 808/136013, Consiliul Județean Bacău;
16. „Planificare strategică și management performant la nivelul Primăriei Municipiului Onești”, Cod proiect 155130, UAT Onești;
17. „Optimizarea proceselor orientate către cetățeni prin implementarea Instrumentului CAF la nivelul Primăriei Municipiului Bistrița”, Cod SMIS: 120599, UAT Bistrița;
18. „Transparență, Etică și Integritate în Municipiul Bistrița”, cod SMIS 152089

/SIPOCA 1131, UAT Bistrița;

19. „Măsuri și instrumente pentru planificare strategică și simplificare a procedurilor administrative în Municipiul Câmpia Turzii”, CP13/2019, cod SMIS 135941, UAT Câmpia Turzii ;
20. „Continuarea simplificării procedurilor administrative la nivelul Municipiului Câmpulung Moldovenesc” cod SMIS 155157, UAT Câmpulung Moldovenesc;
21. „i.R.E.M – Instituții Responsabile, Eficiență Managerială”, Cod MySMIS:135244, Cod SIPOCA: 817, Consiliul Județean Giurgiu;
22. „Sistem Integrat de Management în Sistemul de Asigurări Sociale de Sănătate” MySMIS 130048/cod SIPOCA 729, Casa Națională de Asigurări de Sănătate;
23. „Planificare strategică și simplificarea procedurilor administrative la nivelul Municipiului Fălticeni”, Cod SMIS 136253/cod, SIPOCA 786/MySMIS 2014;
24. „Management performant și unitar la nivelul Ministerului Afacerilor Interne pentru serviciile de urgență”, SIPOCA 52, Ministerul Afacerilor Interne;
25. „Management performant la nivelul DGRIP, DGCTI, DSG și Instituțiile Prefectului” cod SIPOCA / MySMIS2014: 591/127548, Ministerul Afacerilor Interne;
26. „Stabilirea cadrului de dezvoltare a instrumentelor de e-guvernare”, proiect E-GOV, SIPOCA 20, Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale;
27. „Sistem integrat de management pentru o societate informațională performantă (SIMSIP)” Cod SIPOCA: 391, MYSMIS 116172, Autoritatea pentru Digitalizarea României (ADR) și Centrul Național de Răspuns la Incidente de Securitate Cibernetică (CERT-RO).

Iată câteva linkuri privind activitatea noastră specifică acestei oferte (rapoarte de evaluare a unor instituții publice privind aplicarea Strategiei Naționale Anticorupție, coordonate de noi):

- <https://sna.just.ro/ro/a/2019-sipoca-62/raport-de-evaluare-tematica-agentia-nationala-de-integritate-2019> pagina 5
- <https://sna.just.ro/ro/a/2019-sipoca-62/raport-de-evaluare-tematica-corpul-de-control-al-prim-ministrului> - pagina 5
- <https://sna.just.ro/ro/a/2019-sipoca-62/raport-de-evaluare-tematica-departamentul-pentru-lupta-antifrauda> - pagina 5



MOZART chocolate LIQUEUR



Chocolate worth your time.

WWW.MOZART-SPIRITS.COM

Comenzi online: www.finestore.ro

Reprezentanța în România : Neumann Management SRL | Distribuitor oficial Cristalex '94 SRL, www.cristalex.ro

Îmbinăm inovator activitatea de formare profesională cu cea de suport în managementul schimbării

Interviu cu **Mihail Mate**, antreprenor, expert în Supply Chain

Aveți peste 20 de ani de experiență în managementul lanțului de aprovizionare al companiilor / Supply Chain. Cum arăta acest proces când ați început și cum arată lucrurile acum?

Provocările în Supply Chain sunt în mare aceleași de zeci de ani. Majoritatea companiilor folosesc în ziua de astăzi un sistem de gestiune integrat, așa cum e și firesc. Conform unor studii, 79% din companiile care au implementat un sistem de gestiune integrat (ERP), au implementat și o logică de calcul a necesarului de materiale și a intervalelor de timp în care materialele respective trebuie să fie disponibile pentru a îndeplini cererea clientului (algoritmul de calcul se numește MRP). Este important de știut că MRP-ul a fost conceput în anii '50, a fost transpus în cod informatic în anii '60, a început să fie comercializat în anii '70 și nu a mai avut parte de modificări și aduceri la zi de atunci. În mediul economic însă au avut loc modificări majore între timp: companiile cer produsele într-un termen mai scurt decât cel necesar pentru un ciclu complet de aprovizionare și producție, făcând necesară organizarea funcției de niște previziuni de vânzare care sunt azi mult mai volatile decât în trecut; globalizarea a făcut să apară din ce în ce mai multe componente cu termen de aprovizionare lung, ceea ce complică și mai tare situația; presiunea pe nivelul stocurilor este și ea mult mai mare și mai sunt încă multe alte diferențe. Ipotezele care au stat la baza conceperii algoritmului numit MRP pur și simplu nu mai sunt valabile azi, lucru care cauzează dificultăți majore companiilor care au mereu parte de urgențe ce implică costuri mari, prea mult stoc din ce nu e necesar și stoc insuficient din ceea ce este necesar, termene de livrare lungi și flexibilitate scăzută



în fața modificărilor cererii clienților. Asta fără a mai menționa frustrarea echipelor din Supply Chain care trebuie să gestioneze modificări radicale și aparent fără logică de la o rulare de MRP la alta, când un material ce era urgent ieri, azi apare că este comandat în exces și invers - ce nu era deloc necesar ieri, azi poate să primească din partea MRP un semnal critic de risc de oprire a producției

peste câteva zile. Gândiți-vă cum e să gestionezi zilnic astfel de semnale contradictorii dar și frustrarea furnizorilor interni sau externi.

Până aici am descris un context care deja exista și acum 20 de ani. Ceea ce s-a modificat între timp este faptul că MRP a primit în sfârșit aducerile la zi necesare cu ajutorul fondatorilor Demand Driven

Institute, Carol Ptak și Chad Smith, iar aceste aduceri la zi au fost adoptate și sunt sprijinite de către sisteme de gestiune de renume, cum sunt SAP și Microsoft Dynamics 365. Studiile de caz făcute pe mii de companii care au adoptat aceste aduceri la zi, indiferent de sistemul de gestiune folosit, arată o îmbunătățire radicală în arii care în mod tradițional nu se îmbunătățesc simultan. Imaginați-vă ce înseamnă să îți scapi stocurile cu 31%, să reduci în același timp termenele de livrare cu 22% dar să și crești nivelul de serviciu cu 13%! Acestea sunt nivelurile medii de îmbunătățire pentru companiile care au adoptat metodologia propusă de către Demand Driven Institute. Mie, personal, acest lucru mi se pare spectaculos!

Sunteți afiliat al Demand Driven Institute pentru România și trainer certificat Demand Driven MRP, o metodologie care permite lanțurilor de aprovizionare agile să funcționeze în orice industrie. Ce avantaje au companiile care apelează la serviciile dumneavoastră?

O parte din aceste avantaje sunt deja menționate mai sus (nivel de serviciu la client, nivelul stocurilor, termenele de livrare) dar mai sunt și altele. Dincolo de informațiile și metodologiile de top și de suportul unei organizații de prestigiu cum e Demand Driven Institute (și este o onoare pentru mine să fiu unic afiliat pentru România al DDI), cea mai mare dorință a noastră e să facem diferența în viața profesională a clienților noștri. Din acest motiv, îmbinăm inovator activitatea de formare profesională cu cea de suport în managementul schimbării, prin coaching pentru echipa de conducere și prin mentorat pentru a facilita ritmul schimbării și posibilitatea ca aceasta să vină din interior atunci când se pot evita proiecte de consultanță din exterior pe termen mediu sau lung. Suntem specializați în formare și consultanță în Supply Chain precum și în management de proiect pentru implementarea de ERP și abordăm aceste arii atât din perspectivă tehnică cât și umană. Avantajul celor care lucrează cu noi este că ne pasă, că punem la bătaie, pe lângă pasiunea noastră, cele mai moderne instrumente și că aducem rezultate pe care le garantăm până la 200% (de exemplu în cazul

unei formări despre care clientul consideră că nu a primit valoare, clientul poate păstra atât banii cât și formarea).

Ce beneficii au firmele care angajează un manager de proiect extern pentru implementarea de ERP (enterprise resource planning)?

Sunt 6 motive pentru care recomand ca managerul de proiect să fie unul extern:

- În primul rând există nevoia de a menține o viziune de ansamblu asupra proiectului din partea unei persoane responsabile. În caz contrar este nevoie de semnificativ mai mult timp și efort, dar și de micromanagement, ceea ce nu este deloc productiv.
- În al doilea rând, o astfel de activitate presupune alocarea a 60% - 80% din capacitatea unei persoane pentru o durată de la câteva luni la peste un an, funcție de dimensiunea proiectului. Într-o companie preocupată de eficiență este posibil să nu existe o poziție care să permită alocarea unei resurse la un asemenea nivel.
- Conform unor studii din 2023, mai puțin de 50% din companiile care implementează un ERP reușesc să o facă în timp și în buget. Vă dați seama că, la un cost anual cu deținerea unui ERP de aproximativ 3% până la 5% din cifra de afaceri pentru companiile mijlocii, bugetul de implementare este semnificativ iar depășirile de buget pot face diferența între succesul și eșecul implementării. Un manager de proiect care a condus mai multe implementări cunoaște drumul și direcțiile de evitat, este capabil să recunoască semnale de alarmă mult mai devreme decât cineva fără experiență și poate astfel să ajute beneficiarul să evite situații extrem de costisitoare.
- Un ERP este complex și impactează profund activitățile principalelor departamente ale firmei. Este nevoie

de o viziune cu spectru larg și e posibil să nu fie disponibilă în companie o persoană care înțelege fluxul general și are cunoștințe relevante din fiecare departament.

- Ca orice profesie, IT-iștii au limba lor. Cu toate acestea, magia se întâmplă fix la intersecția celor două lumi. Pentru a implementa un ERP, este nevoie de cineva care vorbește și "IT" și "Business" în același timp, fără translator.
- Este nevoie de o resursă obiectivă care să protejeze interesele beneficiarului. Adesea furnizorii de software au propriul manager de proiect, dar sunt rare situațiile în care implicarea lor merge dincolo de pregătirea terenului pentru propriile lor activități și, cel mai adesea, nu se vor implica în managementul schimbării în companie. Voi menționa pentru întărirea celor de mai sus un sondaj din 2023 la care au participat 1.500 de companii legat de implementările finalizate în anul anterior. Rata de succes pentru implementările ce au folosit resurse externe a fost de 85%

în comparație cu o rată de succes de doar 67% pentru companiile care au abordat implementările cu resurse proprii. O implementare de ERP implică toate resursele companiei și efectele eșecului pot merge de la costul de oportunitate cumulat pe mai multe luni de zile, pierderi potențiale de zeci sau sute de mii de euro (funcție de mărimea companiei și de ERP-ul ales) și până la blocarea completă a activității companiei. Invers, folosirea expertizei în domeniu permite ca schimbarea majoră planificată să aibă loc în mod controlat și previzibil, permițând firmei să înglobeze beneficiile noului ERP cât mai curând.

Cu ce echipă de experți colaborați pentru a duce proiectele la bun sfârșit?

Am avut onoarea de a lucra de-a lungul timpului cu oameni deosebiți



din toate punctele de vedere. Am format în cele peste două decenii de activitate un grup de experți în toate serviciile pe care le acoperim, astfel că putem aborda proiecte ce presupun efortul coordonat al 20 de experți la fel de bine ca în cazul proiectelor ce presupun efortul unei singure persoane.

Ce tehnologii și echipamente folosiți în activitatea de zi cu zi?

Dacă vorbim de formări, preferăm să folosim modalități de lucru interactive de tip atelier de lucru în cadrul cărora ne concentrăm atât pe livrarea de informație, cât și pe formarea de competențe în ariile tratate. Facem aceste ateliere de lucru atât fizic, când avem ocazia de a folosi de recuzită specifică pentru a modela și demonstra prin joacă subiectele discutate, cât și online când folosim cu precădere pachetul Microsoft 365 pentru prezentarea informațiilor și pentru întâlnirile virtuale. În cazul consultanței primează clarificarea obiectivelor de consultanță la fața locului și, în cadrul agreării unor soluții, este posibil să fie nevoie și de anumite formări specifice pentru a permite implementarea soluțiilor respective în condiții optime. În cazul proiectelor de implementare ERP, cerințele pot fi destul de variate și ne pliem pe nevoia clientului; implicit folosim Microsoft Project dar am folosit mai multe instrumente cum ar fi Asana, Trello, Jira etc. Acestea în afară de ERP-ul propriu zis pe care trebuie să îl înțelegem foarte bine pentru a îi putea sprijini pe clienți în procesul de implementare.

Deși tehnologiile mai mult sau mai puțin consacrate ne sprijină în activitatea de zi cu zi, considerăm că interacțiunea umană și calitatea acesteia sunt esențiale pentru succesul și satisfacția clienților noștri.

Care au fost proiectele cele mai importante pe care le-ați finalizat în ultimii ani?

Avem la activ peste 100 de companii care au participat în formări de tip "open" și "in-house", în principal companii multinaționale din România și Ungaria. Din perspectiva consultanței și a proiectelor de implementare ERP, tocmai am finalizat colaborarea cu un grup românesc ce activează în domeniul producției de hârtie și

ambalaje din carton ondulat pentru implementarea Microsoft Business Central, aceasta după implementarea în două fabrici din România a unui ERP specific industriei producătoare de ambalaje de carton ondulat, numit CPMS, pentru un grup francez. Un alt proiect drag nouă este contribuția la conceperea și implementarea unui sistem structurat de indicatori de performanță pe unul din șantierelor navale din România, aparținând unui grup italian, însă acestea sunt doar câteva exemple. Dintr-un alt punct de vedere, am pus la punct și suntem pregătiți de lansarea unui program de formare pentru managerii de Supply Chain pe care eu îl consider revoluționar. De ce spun asta? Pentru că oferă participanților mult mai mult decât informații și metodologii de lucru: oferă în paralel coaching și mentorat pentru a îi sprijini pe participanți să producă schimbarea din interior, lucru ce poate asigura maximizarea rezultatelor fără angajarea unor proiecte de consultanță externă pe termen mediu sau lung! Mai mult decât atât, programul are loc pe o perioadă de timp ce permite schimbări treptate, în ritmul companiei, fără a bloca din activitate persoanele cheie pe durata formării.

Digitalizarea IMM-urilor are potențialul de a aduce o reală creștere economică în România, prin reducerea costurilor de operare, creșterea profitabilității și a eficienței operaționale, accesul la piețele globale, inovare sau îmbunătățirea relației cu clienții. Cum veniți în sprijinul IMM-urilor?

În opinia mea, digitalizarea trebuie privită cu mare atenție. Pentru ca promisiunea digitalizării să poată fi susținută, este nevoie de un factor critic pe care îl voi descrie imediat. Trăim într-o eră a informației și provocarea, când avem la dispoziție o mare de date, este să știm care din acestea sunt relevante pentru noi. Imaginați-vă că GPS-ul mașinii vă anunță verbal și vizual în plus față de ce v-ați obișnuit deja, informații în timp real despre presiunea atmosferică, temperatura de afară, temperatura din mașină, temperatura procesorului, temperatura motorului, viteza vântului, evoluția fiecărui ciclon din lume, altitudinea, latitudinea și longitudinea mașinii și face toate

acestea în 3 limbi diferite. Cât de mult vă mai puteți concentra pe navigarea propriu-zisă? Noi ajutăm IMM-urile să înțeleagă și să folosească ce e relevant și să se pregătească pentru viitor. Există de ceva vreme teoria că într-o lume în care produsele au caracteristici din ce în ce mai apropiate între ele, adevărata competiție se desfășoară mai nou între lanțurile de aprovizionare ale companiilor concurente și eu văd un nivel de adevăr în acest lucru. Noi ajutăm IMM-urile să aibă un design de elită al lanțului de aprovizionare, adaptat la realitatea zilei de azi și susținut cu sistemul de gestiune potrivit! Vreau să completez aici un aspect care mă îngrijorează puțin și anume faptul că în experiența noastră au participat la proiecte și formări un procent semnificativ mai mare de companii multinaționale comparativ cu firmele românești. Îmi doresc o pondere mai mare a firmelor românești pentru că este dovedit faptul că proiectele de îmbunătățire de succes impactează semnificativ și pozitiv nivelul de competitivitate. Când se întrec mai mulți atleți, cei care s-au pregătit cel mai bine au cele mai mari șanse de câștig. După lansarea și stabilizarea programului despre care am menționat, creșterea ponderii companiilor românești în portofoliul de clienți va deveni una din liniile de dezvoltare pe care dorim să mergem.

Ce strategie aveți pentru atragerea altor clienți?

Avem doar două strategii: să înțelegem cât mai bine problemele cu care se confruntă clienții noștri și să investim în programele pe le oferim pentru a transfera cât mai multă valoare și un sprijin cât mai eficace în rezolvarea acestor probleme! Simon Sinek, un autor cunoscut, spunea ceva de genul: "Nu încerca să faci clienții să se îndrăgostească de tine, îndrăgostește-te tu de clienți și lucrurile se vor schimba!" În ultimii ani am putut să verificăm acest aspect și să completăm pasiunea cu bucurie în serviciile pe care le oferim!



0726.292.061
office@logisphere.ro

Suntem o echipă puternică, ambițioasă și unită

Interviu cu Valeria Crețu, Director Marketing, Dobrogea Group



Cum va încheia Dobrogea Group anul 2024? Care au fost cele mai mari provocări?

Anul 2024 este pentru firmele din cadrul Dobrogea un an de consolidare și progres, în ciuda faptului că așa cum știm cu toții am avut multe provocări legate de inflație, trendul de cumpărături în promo într-un procent în creștere și un optimism scăzut în rândul consumatorilor. Cred că ce ne-a ajutat să creștem cifra de afaceri și profitul a fost pe de o parte focusul pe acele produse din portofoliu care funcționează foarte bine în categoria lor și în plus a contat mult focusul pe produsele noi, în special în categoriile de pâine și biscuiți dulci.

Cum este organizat Departamentul de marketing? Ce strategie aveți pentru a spori numărul de clienți - persoane fizice, companii și instituții - în următoarea perioadă?

Departamentul de marketing este format din 3 persoane. Am norocul să lucrez cu două kolege foarte dedicate și atașate de brandurile

companiei, cu o experiență mai mare de un deceniu în cadrul acestora și împreună acoperim atât zona de strategie, cât și de trade marketing și grafică. Așa cum ne ghidează și firmele de specialitate în măsurarea datelor de retail și household panel, strategia este să exploatăm fiecare oportunitate, să fim pregătiți să dezvoltăm nevoile identificate în piață. Provocarea este să reușim să facem asta în toate segmentele în care activăm și în timing-ul propus. Însă ceea ce mi se pare mie personal că este diferit la Dobrogea este acest atașament al echipei, dorința de a avea rezultate în ciuda faptului că „lupta” cu marile companii nu este una echitabilă din punct de vedere resurse. Și atunci simt că nu aparțin unui departament, ci suntem parte dintr-o echipă puternică, ambițioasă și unită, iar provocările și termenele sunt mai ușor de îndeplinit.

Care sunt cele mai importante branduri ale Dobrogea Group?

Toate brandurile sunt importante, unele pentru că au creat o emoție în comunitate, chiar dacă sunt regionale, ci nu la nivel național. Altele, pentru că au notorietate și generează multă valoare. Dacă trebuie să vorbesc din punct de vedere al omului de marketing pe criterii de notorietate și valoare percepută atunci clar Dobrogea și Eugenia sunt de departe starurile.

Cât de importante sunt investițiile permanente în consolidarea brandurilor și a mărcilor proprii?

Este extrem de important ca un brand să fie consecvent, să fie aproape de consumatori și să reușească să îi inspire. Notorietatea sau lunga prezență pe piață sunt premise bune de creștere, dar nu sunt garanții. Suntem jucători în categorii extrem de competitive, cu branduri internaționale, care comunică masiv. Sunt mândră să pot spune că în canalul modern Eugenia este un challenger agresiv, iar unul din produsele din gamă este numărul 1 ca vânzare, peste jucători de renume.

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

Pentru noi 12% din Cifra de Afaceri este generată de export. Este un rezultat foarte bun pe care pe termen lung vrem să îl îmbunătățim și mai mult și avem o strategie în acest sens. Prezența la târguri internaționale, înțelegerea nevoilor și a oportunităților din alte piețe sunt acțiuni care cu siguranță vor face brandurile românești să fie cunoscute la nivel internațional.

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

Avem o proiecție de creștere ambițioasă pe următorii 5 ani. Ne bazăm pe ceea ce știm să facem foarte bine, dar și pe inovație și cel mai important pe dezvoltarea oamenilor din cadrul departamentelor. Una din valorile la care ținem mult este progresul și conectarea la dinamica pieței. Am demonstrat că și în cele mai dificile contexte putem evolua dacă știm care sunt oportunitățile din categorie.

Cum reușiți să echilibrați balanța între viața profesională și cea personală? Ce hobby-uri aveți? Cum vă relaxați după o săptămână intensă de lucru?

Cred că toți cei care lucrează în FMCG știu că ritmul este unul extrem de alert. Cred în echilibru dar adevărul este că în anumite perioade el nu poate fi păstrat perfect. Important este să balansăm perioadele încărcate cu activitățile care ne fac plăcere. Mă încarc mult de la fițița mea de 4 ani care este o sursă de inspirație, motivație și bucurie. Îmi place mult să ascult muzică, să citesc și să mă relaxez în mijlocul oamenilor. Îmi place interacțiunea cu cei dragi și în plus am marele noroc să am niște kolegi total deosebiți și să ne susținem în momentele mai tensionate. Și nu în ultimul rând consider că am primit un mare dar: să fac ceea ce îmi place, iar profesia să fie marea mea pasiune: marketingul.

Parteneriatele public-private se vor consolida

Interviu cu Florin Tache, Fondator, SYNESIS PARTNERS

Cum a luat naștere Synesis Partners? Ce v-a motivat să începeți o companie de consultanță specializată în lucrul cu administrația publică și mediul privat?

Synesis Partners a luat naștere în urmă cu 10 ani, din dorința de a avea un impact semnificativ asupra comunităților și de a contribui la dezvoltarea lor sustenabilă. În momentul inițierii afacerii, am sesizat că deși există numeroase resurse și inițiative, lipsa experienței necesare împiedică utilizarea lor eficientă, accesarea fondurilor europene și implementarea unor strategii sustenabile. Am fondat Synesis Partners cu scopul de a oferi soluții personalizate, bine documentate și adaptate nevoilor specifice ale fiecărui partener, fie că este vorba despre administrația publică, sau despre mediul privat. În decursul unui deceniu, am construit o echipă multidisciplinară de experți care au capacitatea de a înțelege atât rigorile și cerințele din sectorul public, cât și dinamica mediului de afaceri. Această abordare ne-a transformat într-un partener de încredere, contribuind la proiecte ce aduc valoare comunităților și economiei locale. Misiunea noastră este să sprijinim transformarea sustenabilă, oferind cunoștințele necesare pentru a transforma ideile în rezultate concrete.

Cum s-a adaptat Synesis la schimbările pieței și la nevoile clienților din cele două sectoare?

Cele două sectoare pe care activăm sunt extrem de diferite, fiecare tip de partener având nevoi și cerințe specifice. Dacă mediul public se concentrează pe accesarea fondurilor europene, digitalizare și implementarea unor politici publice eficiente, mediul privat este preocupat de creșterea competitivității, eficientizarea proceselor și adaptarea la noile tendințe de

pe piață. Aceste diferențe impun o adaptabilitate ridicată și cunoștințe solide pentru a înțelege și a răspunde eficient nevoilor fiecărei categorii. Pentru a ne adapta la aceste provocări, am creat o echipă multidisciplinară, cu experiență în domenii diverse, care înțelege specificul fiecărui sector. Un alt aspect esențial în procesul nostru de adaptare a fost construirea unor parteneriate strategice. Relațiile solide cu experți și organizații relevante, inclusiv la nivel internațional, ne-au permis să aducem în proiectele noastre cele mai bune practici și soluții din diverse domenii. Această rețea de colaboratori contribuie semnificativ la diversitatea și calitatea soluțiilor pe care le oferim. În același timp, personalizarea soluțiilor a fost un principiu de bază al activității noastre. De asemenea, am dezvoltat o metodologie flexibilă, personalizată pentru fiecare beneficiar, care ține cont de specificul local, constrângerile financiare și termenele impuse. Astfel, rămânem relevanți și capabili să sprijinim eficient partenerii noștri în fața schimbărilor de pe piață.

Cum ajută Synesis administrațiile publice să implementeze proiecte care aduc beneficii reale comunităților?

Synesis sprijină administrațiile publice în implementarea proiectelor care aduc beneficii reale comunităților prin asistență pe întregul parcurs al proiectelor – de la planificare și dezvoltare, până la monitorizare și raportare. Având în vedere complexitatea administrativă și resursele limitate, intervenim pentru a prelua sarcinile birocratice, ajutând autoritățile să se concentreze pe implementarea efectivă. Ne ocupăm de pregătirea documentelor necesare și asigurăm respectarea cerințelor de raportare și conformitate cu regulile finanțatorilor. De asemenea, monitorizăm

bugetul, evaluăm cheltuielile și coordonăm echipele pentru a respecta termenele și standardele de calitate. Păstrăm o comunicare constantă cu autoritățile implicate, asigurându-ne că proiectele se desfășoară conform cerințelor și au un impact sustenabil asupra comunității. Astfel, contribuim la implementarea cu succes a proiectelor și la atingerea obiectivelor pe termen lung.

Care sunt cele mai mari obstacole pe care administrațiile publice le întâmpină în accesarea și utilizarea fondurilor europene?

Administrațiile publice se confruntă cu provocări semnificative în accesarea și gestionarea fondurilor europene, în special din cauza birocrăției excesive, întârzierilor în aprobarea proiectelor și dificultăților în respectarea cerințelor de conformitate. Procedurile administrative complexe și lipsa de uniformitate între programele europene complică procesul, iar întârzierile în aprobarea fondurilor pot afecta implementarea acestora. De asemenea, cerințele stricte de conformitate impun resurse și personal specializat, adesea insuficient pregătit. În multe cazuri, administrațiile nu dispun de infrastructura necesară pentru a îndeplini cerințele de raportare și monitorizare, ceea ce poate duce la erori și întârzieri. Lipsa digitalizării și a transparenței în gestionarea fondurilor îngreunează și mai mult procesul. În regiunile mai puțin dezvoltate, deficitul de resurse financiare și umane agravează aceste provocări, limitând capacitatea autorităților de a accesa și implementa eficient proiectele europene.

Ne puteți oferi un exemplu concret de proiect la care ați contribuit și care a avut un impact semnificativ asupra unei comunități?



comune, asigurându-ne că toate cerințele administrative și de conformitate sunt îndeplinite eficient. În același timp, încurajăm inovația din sectorul privat, integrând soluții sustenabile care răspund nevoilor comunității. Prin această abordare integrată, generăm sinergii între cele două sectoare, contribuind la implementarea unor proiecte care sunt nu doar eficiente, dar și durabile și benefice pentru întreaga comunitate.

Ce lecții din sectorul privat pot fi aplicate în administrația publică pentru a spori eficiența și impactul proiectelor, și viceversa?

Sectorul public poate adopta din sectorul privat agilitatea și orientarea spre rezultate, ceea ce ar spori eficiența și transparența în gestionarea proiectelor. Pe de altă parte, sectorul privat poate învăța de la sectorul public importanța responsabilității sociale și sustenabilității, asigurându-se că proiectele răspund nevoilor comunității, nu doar obiectivelor financiare. În plus, digitalizarea și eficientizarea proceselor din sectorul privat pot contribui la reducerea birocrăției și la îmbunătățirea transparenței în administrația publică. Colaborarea între cele două sectoare poate genera proiecte inovative și mai bine aliniate la realitățile economice și sociale ale comunităților.

Cum sprijiniți administrațiile publice și companiile să obțină fonduri europene și să le utilizeze eficient?

Synesis sprijină administrațiile publice și companiile în accesarea fondurilor europene printr-o abordare integrată, care include consultanță în toate etapele unui proiect, de la planificare și dezvoltare până la monitorizare și raportare. Oferim asistență în elaborarea documentelor necesare, respectând cerințele autorităților de finanțare și standardele de calitate. De asemenea, monitorizăm execuția proiectelor, gestionăm bugetele și evaluăm cheltuielile pentru a asigura eligibilitatea acestora. Lucrăm îndeaproape cu echipele beneficiarilor pentru a răspunde prompt solicitărilor autorităților de management și pentru a asigura implementarea corectă a proiectelor.

Este foarte greu să individualizez un singur proiect care să fi avut impact asupra comunității, pentru că fiecare proiect aduce propria sa valoare adăugată. Există însă municipalități în care am contribuit la implementarea mai multor proiecte complementare simultan, ceea ce a făcut ca la finalul implementării acestora să fie vizibilă o transformare la nivelul peisajului urban. Proiectele cu cel mai vizibil impact au fost cele de regenerare urbană sau de mobilitate, însă prefer să nu individualizez un proiect anume din atașament față de toți beneficiarii cu care am lucrat.

De ce considerați că este esențial ca sectorul public și cel privat să colaboreze în dezvoltarea comunităților?

Colaborarea între sectorul public și cel privat este esențială pentru dezvoltarea comunităților, deoarece fiecare sector aduce beneficii unice. Sectorul public creează cadrul legislativ și asigură resursele necesare, în timp ce sectorul privat aduce inovație,

eficiență și investiții financiare. Împreună, aceste sectoare pot dezvolta soluții mai rapide și mai eficiente pentru problemele complexe cu care se confruntă comunitățile. Această colaborare permite o utilizare mai bună a fondurilor disponibile și sprijină dezvoltarea unor proiecte sustenabile. Un alt avantaj important este că parteneriatele public-private pot stimula inovația și creșterea economică, generând locuri de muncă și contribuind la reducerea inegalităților. Colaborarea între sectorul public și privat poate face ca dezvoltarea comunităților să fie mai echilibrată și să răspundă mai bine nevoilor locuitorilor.

Cum poate Synesis să sprijine acest dialog și să creeze sinergii între cele două sectoare?

Synesis facilitează dialogul între sectorul public și cel privat în elaborarea și implementarea proiectelor prin crearea unui cadru de comunicare transparent și colaborativ. Sprijinim ambele sectoare să-și alinieze obiectivele și să identifice soluții

Ce fonduri europene sunt cele mai relevante astăzi pentru dezvoltarea comunităților locale?

În prezent, cele mai relevante fonduri europene pentru dezvoltarea comunităților locale sunt cele destinate infrastructurii, dezvoltării durabile și sprijinului IMM-urilor, în special prin programele regionale 2021-2027. Acestea sprijină tranziția verde, energia curată, mobilitatea sustenabilă și un mediu social mai incluziv. Programele naționale, precum Sănătate, Creștere Inteligentă, Digitalizare, Dezvoltare Durabilă și Transport, vizează îmbunătățirea serviciilor publice, digitalizarea administrației și modernizarea infrastructurii. Programul Educație și Ocupare sprijină formarea profesională, iar Programul Incluziune și Demnitate Socială are rolul de a combate sărăcia. Există, de asemenea și Programul Tranziție Justă, care sprijină județele cu tradiție în minerit sau cu deficiențe structurale semnificative să facă față tranziției către o economie verde. Aceste inițiative contribuie direct la dezvoltarea sustenabilă a comunităților și îmbunătățirea condițiilor de viață ale cetățenilor.

Cum vedeți echilibrul dintre finanțările dedicate sectorului public și cele pentru companiile private? Sunt ele complementare?

Da, finanțările pentru sectorul public și cel privat sunt complementare. Fondurile europene destinate administrațiilor publice contribuie la dezvoltarea infrastructurii, îmbunătățirea serviciilor publice și crearea unui cadru favorabil pentru activitățile economice. În paralel, fondurile pentru companiile private sprijină creșterea economică, inovarea și dezvoltarea întreprinderilor, în special IMM-urilor, care sunt esențiale pentru crearea de locuri de muncă și consolidarea economiei locale. Colaborarea între sectorul public și cel privat poate aduce beneficii semnificative comunității, de exemplu prin dezvoltarea de infrastructură modernă care sprijină economia locală sau prin implementarea de soluții inovative care ajută atât administrațiile publice, cât și afacerile locale să prospere.

Cum credeți că va evolua colaborarea dintre administrația publică și mediul privat în următorii ani?

În următorii ani, colaborarea între administrația publică și sectorul privat va deveni tot mai importantă, iar parteneriatele public-private se vor consolida, axându-se pe proiecte ce răspund direct nevoilor comunității. Este deja un trend în creștere de promovare a colaborării între cele două sectoare, iar în acest sens, au fost inițiate numeroase proiecte care au contribuit semnificativ la dezvoltarea locală. În viitor, aceste inițiative vor fi tot mai diversificate, acoperind domenii cheie precum infrastructura, educația, sănătatea și digitalizarea. Vor apărea astfel mai multe parteneriate care vor combina experiența sectorului privat în implementarea de soluții inovative și optimizarea proceselor, cu nevoia administrațiilor publice de a gestiona fonduri și proiecte într-un mod mai eficient.

Cum a contribuit Synesis, per ansamblu, la dezvoltarea comunităților în acești 10 ani de activitate?

În cei 10 ani de activitate, Synesis a contribuit activ la dezvoltarea comunităților prin implementarea unor proiecte de impact în domenii cheie, precum infrastructura, educația, sănătatea și protecția mediului. Am ajutat administrațiile publice și companiile să acceseze și să implementeze fonduri europene, să îmbunătățească serviciile publice și să implementeze soluții inovative care au sprijinit dezvoltarea economică locală. Prin experiența noastră, am contribuit la crearea unor soluții sustenabile și eficiente, care au avut un impact real asupra comunităților, îmbunătățind calitatea vieții cetățenilor și consolidând dezvoltarea pe termen lung.

Care sunt principalele tendințe în consultanța pentru fonduri europene și politici publice? Cum se adaptează Synesis la ele?

Principalele tendințe în consultanța pentru fonduri europene și politici publice includ digitalizarea proceselor, care facilitează gestionarea mai eficientă a fondurilor și monitorizarea proiectelor prin platforme și

tehnologii inovative. În plus, există o concentrare tot mai mare pe sustenabilitate, în special pe proiecte care susțin tranziția verde, eficiența energetică și protecția mediului, în linie cu obiectivele Uniunii Europene. De asemenea, fondurile devin din ce în ce mai complexe, ceea ce impune o specializare crescută din partea consultanților pentru a gestiona eficient cerințele tehnice și administrative specifice fiecărui program. În acest context, Synesis se adaptează prin implementarea de soluții digitale și sprijinirea clienților în respectarea cerințelor de transparență și sustenabilitate. Echipa noastră este pregătită să ofere consultanță pentru fonduri complexe și să asigure implementarea corectă a proiectelor, contribuind astfel la succesul acestora.

Care sunt planurile pe termen lung pentru Synesis? Cum vedeți compania contribuind la dezvoltarea comunităților în următorul deceniu?

Planurile pe termen lung ale Synesis includ continuarea sprijinirii administrațiilor publice și a companiilor în implementarea proiectelor de dezvoltare sustenabilă. Vom pune un accent deosebit pe sprijinirea tranziției verzi și digitale, domenii cheie pentru viitorul dezvoltării comunităților locale. În continuare, Synesis va contribui la dezvoltarea comunităților prin implementarea de proiecte care îmbunătățesc infrastructura, sprijină educația și sănătatea, promovează sustenabilitatea și creează oportunități economice. Viziunea noastră este de a fi un partener de încredere al administrațiilor publice și al sectorului privat în realizarea de proiecte de impact real și de a sprijini tranziția către un viitor mai verde și mai digitalizat.



DATE DE CONTACT:

Synesis Partners SRL
Strada Miercani, Nr. 79, Sector 1, București
office@synesispartners.ro
+4 0721 600 489

Copiii cu dizabilități au nevoie de prevenție și tratament stomatologic

Interviu cu Daniela Staicu, Vicepreședinte, Asociația Merci Charity Boutique

Asociația dumneavoastră este una apreciată și respectată pentru implicarea civică. Merci Charity Boutique a câștigat Premiul I la secțiunea "Proiecte și campanii de Voluntariat" cu proiectul Zâna Mercilută la Gala Societății Civile 2018. Cine au fost beneficiarii acestui proiect?

Proiectul de cabinete stomatologice mobile a început acum 10 ani pentru a oferi tratament stomatologic mobil, tratament vital copiilor cu afecțiuni oncologice din București. Ulterior, inițiativa s-a extins pentru a deservi copiii din mediul rural, unde accesul la servicii stomatologice este limitat. Asociația a înființat primele cabinete stomatologice mobile din România și a contribuit la crearea legislației necesare. În prezent, deține două cabinete mobile autorizate, care pot ajunge în orice comunitate rurală. Proiectul reunește 469 de medici și studenți voluntari, care au oferit tratamente gratuite pentru peste 11.000 de copii, realizând 60.781 de manopere stomatologice, echivalentul a 24,3 milioane de lei.

Asociația Merci Charity Boutique a avut mai multe proiecte prin care a sprijinit și copii cu dizabilități. Care au fost aceste inițiative?

Copiii cu dizabilități au nevoie de prevenție și tratament stomatologic, deoarece dificultățile fizice, cognitive sau comportamentale precum ADHD pot împiedica o igienă orală corespunzătoare. Afecțiuni precum epilepsia complică igiena dentară din cauza problemelor de periaj și a efectelor medicamentelor, care pot cauza infecții orale. Accesul la tratamente stomatologice este adesea dificil din cauza problemelor de comunicare, anxietății sau mobilității reduse.

În plus, mulți stomatologi nu au experiența necesară pentru a trata acești copii, ceea ce face vizitele stresante și ineficiente, crescând timpul și costurile pentru părinți. Anul trecut am colaborat cu Centrul Curcubeul Magic al Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului București și am acordat în cabinetul stomatologic mobil parcat în incinta Centrului, tratament stomatologic pentru 10 copii, fiind un proiect pilot. Căutăm să atragem finanțare pentru a sprijini anual cel puțin 100 de copii cu dizabilități care primesc diverse servicii în acest centru.

Care sunt principalele surse de finanțare ale Asociației?

Atragem finanțare prin sponsorizare realizat de companii (prin legea sponsorizării) care pot oferi sponsorizare 20% din valoarea impozitului pe profit și prin businessul social creat www.altrntvshop.com unde profitul este redirecționat către asociație. Însă sunt și companii care donează aparatură specifică unui cabinet stomatologic.

Ce urmează? Ce alte proiecte aveți în derulare?

În 2022 asociația a creat primul cabinet stomatologic școlar mobil, pentru mediul rural, în județul Iași. În 2023, am extins serviciile de tratament stomatologic mobil și la copii cu dizabilități. Încercăm ca în fiecare an să inovăm și ne-am propus ca pe termen scurt să introducem radiologia mobilă în cele două cabinete pe care le avem și pe termen lung crearea unei rețele de 8 cabinete stomatologice mobile regionale pentru acoperire națională. În acest moment, acordăm servicii de tratament stomatologic copiilor cu afecțiuni oncologice și copiilor din mediul rural, în limita finanțărilor atrase de la companii care ne susțin activitățile ca activitate de CSR.



Cum apreciați colaborarea dintre companii și ONG-uri? Cum credeți că se poate îmbunătăți sistemul prin care ONG-urile atrag donații și sponsorizări?

Sunt din ce în ce mai multe companii care aleg să folosească legea sponsorizării și să sponsorizeze un ONG cu până la 20% din impozitul pe profit, cheltuielă care este deductibilă și cred că asta se vede și în numărul mare de proiecte inițiate de organizații non-guvernamentale în sănătate, cultură, sport, educație. Cred că este nevoie de o relație mai bună contabil companie - manager companie - ONG pentru că valoarea sponsorizării poate fi cu ușurință calculată și comunicată de contabil către manager (este nevoie calcularea valorii impozitului pe profit, urmată de aplicarea procentului de 20% la acea valoare și rezultat suma maximă care poate fi redirecționată către activitățile unui ONG). În momentul în care cunoaște suma care poate fi redirecționată, acesta să aibă recepționate proiecte de CSR din care să selecteze pe aceia pe care dorește să îi sprijine.

www.zanamerciluta.ro

Networking-ul este cel mai important lucru pentru un antreprenor

Interviu cu Flavius Dărășteanu și Andrei Lăpușcă, Fondatori, Prestige Consigliere



Andrei Lăpușcă



Flavius Dărășteanu

Ați fondat în acest an compania Prestige Consigliere. Care este principalul obiect de activitate al firmei și ce ținte aveți pentru primii doi ani?

Principalul obiect de activitate al firmei este, conform codurilor CAEN, consultanța. Pe lângă asta, noi propunem să aducem soluții personalizate pentru mediul de afaceri din România, implementând servicii

ce vizează îmbunătățirea canalelor de comunicare din segmentul B2B, precum și simplificarea și optimizarea proceselor de management al afacerilor.

Ce aduceți nou în piață? Ce serviciu inovativ ați dezvoltat?

În momentul de față, Prestige Consigliere SRL aduce în piață 2 servicii distincte. Ingenio, un sistem automatizat pentru

managementul reputației, ce funcționează ideal în locații fizice cu un flux zilnic mare de clienți, cum ar fi restaurantele, cafenelele și saloanele. De asemenea, ne mândrim cu acest lucru – este primul și singurul serviciu de felul său din România și are capacitatea de a monitoriza angajați, genera statistici și urmări progresul reputației în ce privește Google și TripAdvisor. Al doilea, Prestige Consigliere, este un serviciu de consultanță orientat pentru

antreprenorii mici și la început de drum, oferind consiliere financiar-contabilă, juridică și economică.

Sunteți studenți la Facultatea de Economie Teoretică și Aplicată din cadrul ASE București. Ce ne puteți spune despre calitatea cursurilor și a profesorilor?

Din experiența personală, putem spune că este mediul în care cadrele didactice și conducerea facultății oferă cea mai mare susținere atunci când vine vorba de dezvoltare personală. Cât despre materii, noi suntem studenți masteranzi în cadrul programului de Comunicare în Afaceri și studiem materii ce acoperă cunoștințe de economie antreprenorială, tehnici de negociere și identificarea limbajului non-verbal, toate esențiale pentru un antreprenor.

Sunteți / ați fost în conducerea Asociației Studenților în Economie, Afaceri și Comunicare - ASEAC. Cât de important este networkingul pentru student? Dar pentru un tânăr antreprenor?

Ne-am format primele conexiuni și ne-am deprins primele abilități antreprenoriale participând la evenimente și conferințe. Fiind acolo și luând parte la discuții, am realizat că networking-ul este cel mai important lucru pentru un antreprenor și putem rezuma conceptul în expresia: "Dacă nimeni nu are numărul tău de telefon, nimeni nu te va suna."

Ați avut / aveți un mentor? Pe cine admirați în business? (în România și pe plan global)

Pentru noi, un mentor, care continuă să fie alături de noi și astăzi, este doamna decan, profesor universitar doctor (habilitat) Silvia Elena Iacob. Alături de dumneaei am luat prima dată contact cu lumea și

mediul antreprenorial și am învățat un întreg arsenal, am putea spune, de abilități și perspective pentru a avea succes. Desigur, pe parcursul anilor, am învățat multe lecții de la oameni dispuși să ne împărtășească din experiența lor, lecții care s-au dovedit mai mult decât valoroase.

Ce sfaturi aveți pentru antreprenorii aflați la început de drum? Ce greșeli ar trebui să evite?

Ca un îndemn pentru tinerii antreprenori, i-am sfătui ca, odată ce s-au hotărât să devină antreprenori, să își dezvolte prima afacere dintr-o pasiune a lor și să înceapă cât de repede pot. Vor afla tot ce au nevoie despre clienți, piață și competitori, odată ce se regăsesc în jurul lor. Ar trebui să evite să se limiteze.

Într-adevăr, mai ales la început, antreprenorul nu are program fix și nici zile libere. Ar trebui ca, cel puțin în primii 2 ani, să dedice cât de mult pot dezvoltării lor și a afacerii, să nu fie descurajați de eșecuri și să nu se bucure prea tare de succese.

Cât de mult contează imaginea personală în antreprenariat? Cât de importantă este încrederea, credibilitatea și notorietatea profesională pe care o transmite un antreprenor clienților săi?

Imaginea personală este probabil cel mai important lucru, le spunem asta și clienților noștri – oamenii cumpără de la oameni. Fără o imagine personală care să inspire încredere, credibilitate și cu un grad de notorietate, clienții nu te vor considera relevant. Primul pas spre o tranzacție este, sub o formă sau alta, o negociere, la care inevitabil iau parte persoane. Astfel că, indiferent cât investești în cercetare și dezvoltare sau marketing, în cele din urmă, tot imaginea personală finalizează tranzacția.

Ca un îndemn pentru tinerii antreprenori, i-am sfătui ca, odată ce s-au hotărât să devină antreprenori, să își dezvolte prima afacere dintr-o pasiune a lor și să înceapă cât de repede pot.

Pentru noi, un mentor, care continuă să fie alături de noi și astăzi, este doamna decan, profesor universitar doctor (habilitat) Silvia Elena Iacob. Alături de dumneaei am luat prima dată contact cu lumea și mediul antreprenorial și am învățat un întreg arsenal, am putea spune, de abilități și perspective pentru a avea succes.

Cum apreciați că sunt sprijiniți tinerii antreprenori din România?

Cu riscul de a fi subiectivi, drumul nu este unul ușor pentru un tânăr antreprenor în România, dar nicidecum imposibil. Ne-am dori să vedem o creștere în trendul mentoratului și chiar o reapariție a comunității Business Angels România. De asemenea, considerăm că o creștere a interesului acordat tinerilor antreprenori poate aduce inovație și o creștere generală a business-ului autohton.

Căutați finanțare în momentul de față pentru dezvoltarea afacerii?

Nu căutăm activ finanțare, ne dorim ca în următorii 3 ani să dezvoltăm 2 platforme, una pentru segmentul HoReCa, iar cealaltă pentru microîntreprinderi și IMM-uri, dar până acum nu putem spune că am încercat să accesăm fonduri pentru grăbirea procesului. Am fi dispuși desigur să acceptăm o investiție dacă condițiile ne sunt favorabile, dar am ajuns în punctul în care lucrurile par să aibă finalitate și fără suport extern.

Care sunt cele mai mari dificultăți întâlnite până acum?

În momentul de față ne confruntăm cu procesul de educare al pieței, fiind servicii în nișe emergente, deseori ne lovim de agenți economici, care nu știu nimic despre serviciile pe care noi le aducem în piață.



Dăărășteanu Flavius
0725.696.629

Ne aflăm într-un moment critic de conștientizare a importanței digitalului

Interviu cu doamna Claudia Archip, Managing Partner, Cognition



Cognition, agenția de digital a grupului Godmother, s-a remarcat prin succesul deosebit obținut în cadrul festivalurilor de publicitate. În mai puțin de 3 ani de la fondare, ați câștigat 11 distincții, dintre care 9 sunt trofee de aur. Care este viziunea care a condus la obținerea acestor rezultate într-un timp atât de scurt?

Principalul avantaj competitiv al Cognition constă în abordarea strategico-creativă care ne definește, această poziționare fiind, de altfel, exprimată și în categoriile la care am obținut premiile menționate: strategie, creativitate și inovație.

La momentul înființării agenției, am analizat contextul pieței de advertising, identificând

astfel un potențial extrem de important însă insuficient reprezentat în sectorul digital. Până de curând, online-ul a tins să fie privit ca o componentă adiacentă a campaniilor din mediile tradiționale - nu ca o pârgie de comunicare strategică, de sine stătătoare. Acest fapt este reflectat și de peisajul publicitar, majoritatea agențiilor independente fiind specializate fie în performanță media sau dezvoltări software, fie, în cazul companiilor multinaționale, în deținerea de departamente digitale subordonate viziunii ATL.

Cognition a venit așadar în întâmpinarea unei nevoi existente, deși puțin conștientizate de mediul de business la acel moment: aceea de a oferi marketerilor o perspectivă strategică integrată, în care digitalul poate juca rolul principal în comunicare, având capacitatea de a obține singur rezultate cel puțin la fel de bune ca mediile tradiționale, însă cu investiții mult reduse.

Considerați însă că această viziune mai este valabilă și în prezent? Pandemia a stimulat digitalizarea companiilor și a instituțiilor. Cum putem grăbi acest proces în cazul antreprenorilor?

Cu siguranță, mai mult ca oricând. Cred că ne aflăm într-un moment critic de conștientizare a importanței digitalului și a impactului pe care promovarea online o poate avea la nivel macro. Este o perioadă în care toate preconcepțiile legate de funcționarea și limitările acestui mediu sunt desființate, o perioadă în care se formează noi paradigme și strategii de comunicare.

Dovada sunt chiar surprinzătoarele evoluții socio-politice recente, care trag un semnal de alarmă major în acest sens.

Cele de mai sus, coroborate cu omniprezența AI-ului în discuțiile ce vizează planurile de

dezvoltare sau optimizare a afacerilor, sugerează o schimbare iminentă a modului în care antreprenorii sau companiile vor adopta un model de marketing digitalizat. Ce facem cu aceste premise și cum valorificăm oportunitățile în mod deontologic ar trebui să fie focusul oricărui antreprenor.

Care sunt provocările digitalizării pentru antreprenori și cum pot fi ele depășite?

Dincolo de rezistența la schimbare, principalele obstacole percepute de către antreprenori constau în lipsa resurselor umane specializate precum și în insuficiența înțelegere a mediului digital.

Traversăm însă o perioadă volatilă, marcată de schimbări bruște și radicale, similară unui test de supraviețuire. În acest context, supra-analiza, negarea nevoii de adaptare sau ancorarea în planuri ce nu-și mai găsesc transpunerea în realitate riscă să transforme rapid companii, structuri organizaționale sau branduri ce au cunoscut până de curând succesul în "dinozauri".

Sub influența inovațiilor recente, suntem cu toții îndemnați la o schimbare a pattern-urilor de gândire: mai strategic flexibilă, mai fluidă, mai puțin închistată - unicul mandatory de păstrat fiind acel "greater good" de care am mai vorbit, și care trebuie să poată transcende prezentul, rămânând valabil pe termen lung. În aceste condiții, este recomandabilă orientarea către parteneriate strategice cu agenții apte să identifice și să adreseze aceste tendințe în mod eficient și integrat. Angajarea unui expert digital in-house este de asemenea de bun augur, însă insuficientă în condițiile în care mediul digital actual reprezintă un întreg ecosistem de capabilități ce nu pot fi integral acoperite de o singură persoană.

Echipa dumneavoastră reunește specialiști cu experiență extinsă în comunicare pe mai multe arii: strategie, concept development, content creation, UI/UX, art direction & web design, copywriting, social media, influencer marketing, multichannel media strategy & buying, web development, PR online, e-mail marketing și digital events. Care sunt cele mai solicitate servicii?

Serviciile solicitate sunt direct dependente de stadiul de dezvoltare al afacerii clientului sau de problemele cu care acesta se confruntă. Astfel, există companii nou-înființate sau care necesită o re poziționare, pentru care realizăm dezvoltarea unei strategii de comunicare pe un an, având ca obiectiv principal awareness-ul și atragerea de consumatori. Sau, există companii care dețin deja o infrastructură digitală de bază și care doresc o creștere a vânzărilor sau derularea unei activări de tip employer branding, prin intermediul campaniilor digitale. Nu în ultimul rând, primim solicitări tot mai numeroase din partea companiilor care doresc reducerea investițiilor media. Este cunoscut faptul că bugetele axate predominant pe activări promoționale pot crește exponențial dacă nu sunt gândite în cadrul unei strategii de comunicare mai ample. Acestea au rezultate pe termen scurt dar, pe termen lung, încurajează un mediu competițional artificial și dăunează imaginii de brand, generând un cerc vicios în care se cheltuie ineficient bugete tot mai mari, având un ROI în scădere. În întâmpinarea lor, Cognition a dezvoltat o platformă inovatoare de incentivare. Este un instrument flexibil, capabil să adreseze problema inversării dinamicii uzuale de investiții media (loializare vs achiziție), în contextul în care costul câștigării de consumatori noi este acum aproape triplu comparativ cu cel al retenției celor existenți și dublu față de cel al creșterii veniturilor prin activări de tip upsell sau cross-sell. Indiferent de solicitare însă, serviciile pe care le oferim funcționează sinergic, și ne asigurăm că rezultatele campaniilor dezvoltate depășesc

KPI-ii investițiilor punctuale pe canalele de comunicare individuale.

Ce tehnologii și aplicații folosiți în prezent?

Ar fi o listă mult prea lungă pentru a enumera toate instrumentele folosite, mai ales că aceasta se extinde aproape lunar, în pas cu evoluțiile tehnologice. Există însă un focus clar pe nevoile clienților: punem mare accent pe înțelegerea profundă a obiectivelor și provocărilor partenerilor noștri, oferind întotdeauna soluții personalizate. Iar acest fapt se traduce deseori în tehnologii și inovații proprii: în acest mod a fost creată platforma de loializare menționată, sau CognitionScore – un instrument colaborativ de optimizare a performanțelor media ce permite clienților urmărirea în timp real a rezultatelor vs investiții, identificarea zonelor ce necesită atenție precum și elaborarea de predicții bazate pe sisteme de business intelligence. Tot în acest fel am reușit să reconstruim Bucureștiul în Minecraft pentru UTCB sau să creăm URA SkillQuest, primul escape room educațional virtual. Privim fiecare provocare ca pe o oportunitate de a concepe soluții optime, iar tehnologia și inovația sunt elemente-cheie în acest proces.

Sunteți pasionați de definirea strategiilor de comunicare digitală bazate pe înțelegerea profundă a consumatorilor și conectarea lor cu brandurile. Care sunt principalii clienți? Din ce sectoare economice provin?

Deoarece strategia, creativitatea și inovația sunt ingrediente necesare dezvoltării oricărui palier economic, ne bucurăm de o paletă foarte extinsă de clienți: de la sectorul FMCG, bancar, IT&C, agricol, beauty&lifestyle până la cel farmaceutic sau universitar. Așa cum spuneam, ne plac provocările, iar modul în care reușim să le adresăm ne-au adus parteneri valoroși, alături de care nu construim doar afaceri, ci și relații interumane frumoase care stau la baza colaborărilor pe termen lung.

Sunteți specializați în proiecte de comunicare cu și pentru Generația Z (segmentul de populație născut între 1995 și 2010), o generație nativ-digitală. Care este profilul acestor consumatori și prin ce se deosebesc de compatrioții mai maturi?

Într-adevăr, acordăm mare importanță acestor tineri ce se remarcă prin tiparele comportamentale, de comunicare sau de consum atât de deosebite față de cele ale generațiilor anterioare. Diferențele vin natural, tocmai prin prisma nativității digitale - cu toate avantajele dar și pericolele sale. Există câteva caracteristici specifice Generația Z: sentimentul de alienare rezultat, paradoxal, în contextul permanentei conectări virtuale, nevoia de afirmare dublată de dilema acceptanței, perceperea digitalului (inclusiv a AI) ca o extensie a sistemului cognitiv personal, atenția acordată echilibrului și sănătății mentale, precum și o conștiință socială bine dezvoltată, axată pe principiul "live and let live". Totodată, este o generație curajoasă, dornică să își asume riscuri și să adere la cauze în care cred, având un puternic spirit antreprenorial și preferând brandurile care se aliniază cu valorile lor, oferindu-le experiențe autentice.

V-ați axat pe proiecte de comunicare din sfera educației încă din 2021, un an în care educația a migrat în mediul online din cauza restricțiilor impuse de pandemie. Ați colaborat cu mai multe Universități. Cum a decurs parteneriatul cu aceste instituții?

Parteneriatele cu sectorul universitar ne-au oferit cele mai mari satisfacții, precum și recunoașterea industriei. Acestea sunt colaborări "de suflet" care au promovat în premieră învățământul pe scenele festivalurilor publicitare, aducând totodată mai mulți studenți pe băncile universităților. Este un fapt care consemnează pentru Cognition reușita unei schimbări socio-culturale atât de necesare, și care ne-a motivat ca, în completarea parteneriatelor existente, să dezvoltăm o echipă specializată pe comunicarea din mediul educațional, astfel încât să putem oferi această expertiză cât mai multor instituții.

cognition

SAINTVIA - Transformăm ideile tale în oportunități finanțate!



Dr. ing. Remus CIOCAN – SAINT VIA

Într-o economie tot mai dinamică și competitivă, accesul la Fonduri Nerambursabile, fie din surse guvernamentale, fie europene, poate reprezenta factorul decisiv între stagnare și dezvoltare pentru multe afaceri și organizații. Astfel, procesul de obținere a acestor fonduri este unul complex, ce presupune o cunoaștere profundă a cadrului legislativ, o pregătire riguroasă a proiectelor și gestionarea atentă a documentației.

De multe ori, rezultatele obținute de companii atunci când încearcă să acceseze fonduri nerambursabile pe cont propriu nu corespund așteptărilor. Firmele de

consultanță nu doar că optimizează procesul de realizare și depunere al proiectului, dar oferă și expertiză valoroasă în crearea unor proiecte competitive, maximizând astfel șansele de succes și reducând riscul de eșec.

CE REPREZINTĂ FONDURILE?

Fondurile Guvernamentale sunt ajutoare de minimis, alocate de la bugetul de stat, menite să sprijine atât firmele nou-înființate (start-up-uri), cât și pe cele deja active. Aceste fonduri sunt esențiale pentru stimularea și dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri) dintr-o gamă

variată de sectoare de activitate. Fondurile Guvernamentale contribuie la acoperirea costurilor inițiale, extinderea afacerilor și implementarea de noi tehnologii, având un impact pozitiv asupra dezvoltării economice regionale și naționale.

Fondurile Europene constituie o resursă valoroasă de finanțare, care include alocații nerambursabile sau granturi, la care solicitantul poate adăuga o contribuție proprie, în funcție de cerințele specifice ale fiecărui program. Aceste fonduri sunt accesibile pentru diverse tipuri de companii, de la start-up-uri la întreprinderi mari, fără a ține cont de dimensiune sau sectorul de activitate (codul CAEN). Sunt create pentru a sprijini dezvoltarea și inovarea în toate domeniile economice, oferind oportunități de finanțare adaptate nevoilor specifice ale fiecărei afaceri. Astfel, fondurile reprezintă cea mai simplă și eficientă cale de a obține finanțare, având în vedere că sunt destinate să sprijine inițiative inovatoare, să stimuleze creșterea economică și să încurajeze dezvoltarea durabilă. În plus, ele permit accesul la capital pentru start-up-uri și afaceri mici, care altfel ar putea întâmpina dificultăți în a obține finanțare prin mijloace tradiționale, dar și pentru firmele cu activitate, care doresc să își extindă serviciile, să își dezvolte echipa sau să pătrundă pe piețe noi. Fondurile nerambursabile devin o soluție ideală pentru antreprenorii care doresc să-și materializeze ideile fără a-și asume riscuri financiare majore, facilitând implementarea planurilor într-un mod sustenabil și rentabil.

Firmele de consultanță joacă un rol esențial în sprijinirea companiilor pentru a accesa fonduri europene, oferindu-le instrumentele necesare pentru a-și asigura resursele financiare destinate dezvoltării și expansiunii. Consultanții cu expertiză în domeniu devin parteneri strategici pentru companii, ajutându-le să identifice cele mai adecvate oportunități de finanțare – fie că

este vorba despre fonduri europene, granturi naționale sau alte mecanisme de suport financiar. Aceștia contribuie cu pregătirea lor la navigarea printr-un proces adesea complex și riguros, care presupune pași precum analiza eligibilității, pregătirea dosarului de aplicare și gestionarea cerințelor de raportare. Cu o înțelegere profundă a cerințelor și a provocărilor, consultanții asigură o abordare personalizată și ghidare continuă, maximizând șansele de succes ale companiilor pe parcursul întregului proces de obținere a finanțării.

SAINTVIA oferă, încă din anul 2011, servicii specializate de consultanță și expertiză în dezvoltarea proiectelor destinate accesării Fondurilor Guvernamentale și Europene. Printr-o abordare strategică și o înțelegere aprofundată a mecanismelor de finanțare, ne dedicăm sprijinirii clienților în realizarea obiectivelor lor, asigurându-ne că fiecare proiect beneficiază de soluții personalizate, adaptate cerințelor specifice și reglementărilor în vigoare, astfel încât rata de succes să fie cât mai ridicată.

Cu o experiență solidă și un portofoliu diversificat, ne mândrim cu rezultate de succes și cu parteneriate construite pe încredere, profesionalism și excelență.

Compania noastră se mândrește cu **o echipă de specialiști cu o pregătire solidă** în domeniul consultanței, juridic, elaborării și proiectării proiectelor, asigurând excelența în fiecare etapă a colaborării. Printr-o abordare personalizată și orientată spre rezultate, ne străduim să depășim așteptările clienților noștri, construind relații de încredere și colaborări de lungă durată. Succesul nostru este reflectat de satisfacția clienților care, nu doar că finalizează cu succes proiectele dezvoltate împreună cu noi, ci aleg să revină pentru a beneficia de expertiza



noastră în susținerea și extinderea afacerilor lor.

Consultanții sunt responsabili pentru redactarea documentației, de la descrierea detaliată a proiectului/afacerii, estimarea bugetului, realizarea planurilor de implementare și impactul așteptat în următorii ani. Suntem conștienți că fiecare proiect are unicitatea sa și necesită o strategie personalizată pentru a-și atinge potențialul maxim. Din acest motiv, echipa noastră este dedicată să îți ofere sprijin complet la fiecare etapă a procesului. De la identificarea și evaluarea oportunităților de finanțare potrivite pentru proiectul tău, până la întocmirea și depunerea dosarului, precum și monitorizarea implementării, suntem alături de tine pentru a asigura succesul inițiativei tale. Scopul nostru este să te ajutăm să-ți maximizezi șansele de a obține fondurile necesare pentru a transforma viziunea în realitate.

În concluzie, rolul firmelor de consultanță în procesul de aprobare a fondurilor solicitate de companii este de necontestat. Prin expertiza lor specializată, aceste firme nu doar

Compania noastră se mândrește cu o echipă de specialiști cu o pregătire solidă în domeniul consultanței, juridic, elaborării și proiectării proiectelor, asigurând excelența în fiecare etapă a colaborării.

simplifică un proces complex și adesea copleșitor, ci și cresc considerabil șansele de succes. De la identificarea celor mai potrivite surse de finanțare până la pregătirea documentației și monitorizarea implementării proiectului, consultanții asigură o abordare profesionistă și personalizată. Într-un mediu economic competitiv, colaborarea cu o firmă de consultanță poate face diferența dintre un proiect aprobat și unul respins, contribuind astfel la dezvoltarea sustenabilă și creșterea pe termen lung a firmelor. **Alegerea unui partener de încredere** în acest domeniu reprezintă un pas strategic pentru companiile care doresc să valorifice oportunitățile de finanțare disponibile și să își transforme viziunea în realitate.

SAINT VIA

Adresa: Florești, Str. Avram Iancu,
Nr. 408J, C2, Parter, jud. Cluj
Nr tel: +40 771 412 487 I
+40 371 371 362
E-mail: contact@saintvia.ro
Web: www.saintvia.ro

Suntem un partener de încredere

Interviu cu doamna Carmen Păducel, Manager, PERLA ECO CLIN



În formarea angajaților și în echipamente moderne pentru a putea răspunde rapid și eficient tuturor cerințelor. Deși începuturile nu au fost ușoare, am continuat să ne adaptăm, iar obiectivul nostru a devenit tot mai bine definit. Inovația și cele mai bune practici internaționale ne-au ghidat de la bun început, iar astăzi suntem mândri de rezultatele vizibile și de eficiența serviciilor noastre.

Comercializați dezinfectanți, detergenți și soluții profesionale de curățat. Cu ce furnizori locali și globali aveți parteneriate?

Colaborăm cu furnizori locali și internaționali pentru a ne asigura că oferim cele mai eficiente și sigure soluții de curățenie. Printre partenerii noștri se numără Ecolab, lider mondial în produse de igienizare, Klintensiv, TENNANT, și Cleaning360, care ne oferă cursuri de instruire pentru toate nivelurile echipei, de la agenți de curățenie la management de top. De asemenea, Cleaning360 este și un furnizor important de soluții de robotică autonomă, un segment în creștere în industria curățeniei. În plus, colaborăm cu producători locali pentru a susține economia locală și practicile de sustenabilitate, menținând în același timp standarde internaționale de calitate.

Compania dumneavoastră este specializată în servicii de curățenie - hale industriale, spații logistice, clădiri de birouri, clădiri rezidențiale etc. Cum a fost începutul firmei? Cu ce obiective ați plecat la drum?

Perla Eco Clin a început cu un obiectiv clar: oferirea de soluții de curățenie și întreținere de înaltă calitate, adaptate nevoilor variate ale clienților noștri. Am fost motivați de dorința de a crește calitatea acestui domeniu, de a schimba conceptele

învechite și de a ridica curățenia și mentenanța clădirilor la nivelul unei „arte”. În 2012, ne-am concentrat pe serviciile de curățenie interioară, dar ulterior am dezvoltat un concept mai complex de servicii integrate de management al clădirilor, incluzând tratarea și recondiționarea pardoselilor, curățarea la înălțime cu drone industriale și utilaje specializate care folosesc apă demineralizată pentru un impact ecologic minim, curățenie specializată în domeniul medical și multe altele. Am investit constant

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră? Ce alte industrii/domenii au potențial de creștere, în sensul că vor avea nevoie de serviciile dumneavoastră?

Clienții noștri provin din multiple sectoare: industrie, logistică, retail, clădiri de birouri, sănătate și rezidențial. Cererea a crescut considerabil în retail, logistică, sectorul medical și educație, datorită standardelor stricte de igienă și deficitului de personal specializat. Sectorul construcțiilor și



industria de evenimente au, de asemenea, un mare potențial, având nevoie de servicii de curățenie post-construcție și post-evenimente. Industria ospitalității este un alt domeniu cu potențial care necesită standarde ridicate de curățenie pentru a asigura o experiență de calitate clienților.

**Cum vă motivați echipa?
Pe ce abilități puneți
accent atunci când
luați în considerare recrutarea
de noi colaboratori sau
promovarea unor angajați?**

La Perla Eco Clin, echipa este esențială pentru succesul nostru. Ne mândrim cu faptul că am reușit să păstrăm echipa inițială și, în același timp, să creștem la aproximativ 250 de angajați. Motivația vine din recunoașterea meritelor, programele de formare continuă și un mediu de lucru suportiv. În procesul de recrutare, căutăm responsabilitate, atenție la detalii și abilitatea de a lucra în echipă. Promovăm angajații care dovedesc competențe tehnice solide și dorința continuă de a învăța și de a se adapta. Încercăm să cultivăm un mediu de lucru bazat pe respect, corectitudine, transparență și susținere reciprocă, oferind

oportunități de dezvoltare profesională prin cursuri și training-uri regulate, pentru ca fiecare angajat să simtă că face parte din succesul companiei.

**Care au fost principalele lecții
de business învățate în perioada
de pandemie și în ultimii doi ani,
marcați de inflație și de
creșterea prețurilor la utilități?**

Pandemia ne-a învățat importanța adaptabilității și flexibilității în fața schimbărilor rapide. În contextul inflației și creșterii costurilor, am învățat să optimizăm resursele și să eficientizăm procesele fără a compromite calitatea serviciilor. Am integrat roboți autonomi în echipele noastre, optimizând astfel costurile și îmbunătățind calitatea. Relațiile solide cu furnizorii și clienții au fost fundamentale în traversarea perioadelor dificile, iar transparența și comunicarea constantă au menținut încrederea și loialitatea partenerilor noștri.

**Cum apreciați nivelul de
competiție / concurență din
industria în care activați?**

Industria serviciilor de curățenie este extrem de competitivă și are nevoie de standardizare atât

legislativă, cât și calitativă. Sunt optimistă în privința viitorului, mai ales odată cu înființarea Patronatului Industriei Curățeniei, al cărui membru suntem. Acesta este un loc unde profesioniști pasionați colaborează pentru a aduce industria la un nivel superior de calitate și profesionalism. La Perla Eco Clin, ne diferențiem prin accentul pe calitate, echipamente moderne și parteneriate de lungă durată. Suntem mai mult decât un furnizor de servicii – suntem un partener de încredere, mereu orientați spre găsirea de soluții personalizate pentru clienții noștri. De asemenea, punem un mare accent pe sustenabilitate, utilizând soluții ecologice, precum echipamentele care folosesc apă demineralizată, ceea ce ne oferă un avantaj competitiv în contextul preocupării crescânde pentru protejarea mediului.



Pandemia ne-a învățat importanța adaptabilității și flexibilității în fața schimbărilor rapide. În contextul inflației și creșterii costurilor, am învățat să optimizăm resursele și să eficientizăm procesele fără a compromite calitatea serviciilor.

**BIROU ADMINISTRATIV
PERLA ECO CLIN**

0748296878

0759577054

contact@perlaecoclin.ro

www.perlaecoclin.ro

Suntem un partener strategic care investește în succesul clienților săi

Interviu cu Dan Toma, CEO & Partner, difrnt.



Sunteți o agenție de publicitate respectată în piață. Așa cum relevă și numele, încercați și reușiți să faceți lucrurile într-un mod diferit, "printr-un nivel de implicare și calitate umană mai greu de egalat". Puteți să detaliați?

Ce ne face pe noi diferiți este gradul de implicare. Încă de la începutul fiecărei colaborări, ne cunoaștem partenerii, businessul acestora și mai ales situațiile cu care se confruntă. Apoi, nu acționăm doar ca un furnizor de servicii, ci ne poziționăm ca un partener strategic care investește în succesul clienților săi. Implicarea și calitatea umană sunt elementele care fac diferența. Credem că relațiile autentice și transparența totală cu clienții sunt cele care ne ajută să facem lucrurile *difrnt*.

Care sunt valorile și principiile pe care s-a clădit brandul difrnt.?

La baza brandului nostru stau câteva principii clare: autenticitate, implicare, excelență și responsabilitate. Aceste valori ne asigură că suntem mereu sinceri cu partenerii noștri și că ne dorim să devenim o extensie a businessului lor. Excelența este standardul nostru pentru fiecare proiect, fără a face compromisuri, în timp ce tratăm fiecare buget, fiecare campanie și fiecare strategie ca și cum ar fi ale noastre.

Cum este organizată echipa voastră?

difrnt. este formată dintr-o echipă tânără, dinamică, iar structura este una flexibilă, abordarea noastră este

concentrată pe colaborare interdisciplinară. Fiecare membru al echipei are libertatea să vină cu idei și să participe la procesul decizional. Întreaga echipă lucrează cot la cot pentru obiectivele fiecărui client, iar asta ne permite să inovăm și să ne adaptăm rapid. Nu ne bazăm pe ierarhie, ci și pe capacitatea fiecăruia de a prelua responsabilități și de a aduce valoare.

Cât este inspirație și cât transpirație, în activitatea voastră?

Pentru noi, inspirația este esențială, deoarece ne completează munca. Creația și inovația sunt motorul, dar execuția impecabilă și atenția la detalii sunt cele care aduc rezultate. Îmbinăm creativitatea și strategia, oferind campanii care îmbină impactul vizual și eficiența de business.

Care sunt clienții care beneficiază de serviciile voastre? Ce deosebiri de atitudine și viziune există între companiile cu acționariat local și cele multinaționale?

Printre clienții noștri se numără companii precum Sofiaman, Optiplaza, OPTIblu, MAM Bricolaj, și Zăganu. Acestea sunt companii din sectoare diverse, de la retail la B2B. Ce am observat la companiile locale este o dorință mai mare de a crea o legătură personală cu agenția, de a simți că agenția este un partener al afacerii lor. Companiile multinaționale au o abordare mai structurată, cu procese clare și KPI foarte bine definiți. Totuși, toate companiile au așteptări mari în ceea ce privește rezultatele și inovația.

Cum ați reușit să câștigați contracte și pe plan extern?

Relațiile pe termen lung și recomandările au fost principalele punți de legătură. Am pus accent pe calitate și implicare, iar rezultatele vorbesc de la sine. difrnt. se concentrează pe a oferi servicii personalizate, iar asta a atras și clienți din afara României, care apreciază această abordare. Recomandarile au venit cumva natural, nu le-am cerut, ci mai degrabă ne-au fost oferite ca gest de mulțumire de clienții și colaboratorii noștri.

Cum apreciați ritmul de dezvoltare a industriei de publicitate din țara noastră?

Industria de publicitate din România evoluează într-un ritm accelerat, însă cred că mai este loc pentru o creștere semnificativă în ceea ce privește implementarea unor soluții de marketing avansate și a unor strategii bazate pe date. Încă vedem un decalaj între metodele tradiționale și integrarea completă a digitalului. difrnt. susține această tranziție către o publicitate modernă, bazată pe rezultate și ne propunem să fim printre cei care aduc plusvaloare industriei.

Foarte multe companii private sunt și vor fi forțate să facă restructurări și să recurgă la disponibilizări. Pe de altă parte, în ultimii ani o serie de societăți și-au consolidat departamentul de marketing / vânzări, pentru a încerca să atragă noi clienți și au avut o prezență mult mai activă în mediul online. Cum credeți că va schimba tehnologia metodele clasice de lucru ale firmelor?

Tehnologia va continua să redefinească modul în care companiile funcționează.



La baza brandului nostru stau câteva principii clare: **autenticitate, implicare, excelență și responsabilitate.** Aceste valori ne asigură că suntem mereu sinceri cu partenerii noștri și că ne dorim să devenim o extensie a businessului lor.



Pentru noi, **inspirația este esențială, deoarece ne completează munca. Creația și inovația sunt motorul, dar execuția impecabilă și atenția la detalii sunt cele care aduc rezultate.**

Automatizarea și AI-ul sunt deja componente-cheie în marketing, iar efectele se vor extinde în toate departamentele. Cred că tehnologia va permite echipelor să se concentreze mai mult pe strategie și creativitate, pe componenta umană, decât pe execuție și sarcini repetitive. Pentru a rămâne relevante, companiile trebuie să îmbrățișeze tehnologia și să vadă în aceasta un partener strategic.

Ce sfaturi ați da unui start-up, care dorește să-și facă cunoscute produsele și serviciile? Ce canale de comunicare sunt mai potrivite? Dar unei firme cu o vechime de 8-10 ani, așezată în piață, care dorește să își extindă portofoliul de clienți și să devină mai cunoscută de către opinia publică?

Pentru un start-up, este esențial să se concentreze pe a crea o voce unică și autentică și să folosească canale de comunicare unde poate interacționa direct cu publicul. Social media, content marketing și campanii de awareness targetate sunt printre cele mai eficiente canale. Pentru o companie stabilită, strategia se schimbă. Trebuie să valorifice relațiile existente cu clienții, să investească în programe de loializare și să își extindă portofoliul de produse prin campanii bine structurate.

difrnt.

RentGuard a evoluat într-o platformă completă de property management

Interviu cu **Eduard Ancuța**, CEO și Fondator, RentGuard

Când ați lansat RentGuard în 2021, a fost primul serviciu dedicat verificării chirișilor din România – o soluție care răspundea unei probleme majore în piață: lipsa de informații clare și de siguranță pentru proprietari. A fost un început curajos, care a adresat direct o nevoie reală și urgentă. Cum a evoluat platforma de atunci? Care sunt principalele realizări de până acum?

RentGuard a luat naștere dintr-o nevoie personală – dorința de a simplifica și automatiza gestionarea proprietăților într-un mod sigur și eficient. Inițial, am lansat platforma ca un serviciu de verificare a chirișilor, răspunzând unei provocări specifice din piața de închirieri. Cu toate acestea, pe măsură ce am interacționat cu proprietari, agenții imobiliare și dezvoltatori, am înțeles că nevoile lor merg mult mai departe.

Astfel, în urma feedback-ului din piață, RentGuard a evoluat într-o platformă completă de property management, care integrează soluții avansate pentru toți jucătorii din industria imobiliară. În acești ani, am reușit să eficientizăm gestionarea proprietăților, reducând cu peste 35% timpul necesar administrării și minimizând riscurile asociate proceselor manuale. Suntem mândri de nominalizarea pe lista scurtă la PropTech Awards și de câștigarea premiului Property Agency Technology la Romanian Property Awards – recunoașteri care validează impactul nostru în digitalizarea pieței imobiliare din România.

Ce provocări majore ați întâmpinat și care au fost lecțiile esențiale pe care le-ați învățat?

Implementarea unei platforme digitale într-o piață tradițională a fost, fără îndoială, o

provocare majoră. Educația pieței s-a dovedit esențială, mai ales într-un context în care mulți clienți erau reticenți să renunțe la metodele clasice. A fost necesar să demonstrăm, prin exemple concrete, cum RentGuard poate simplifica procesele, reduce riscurile și oferi un plus de încredere utilizatorilor.

Un alt obstacol important a fost integrarea nevoilor variate ale actorilor din piață: agențiile imobiliare caută eficiență și control asupra portofoliului, în timp ce proprietarii pun accent pe simplitate și siguranță. Lecția cea mai valoroasă pe care am învățat-o este că adaptabilitatea este cheia succesului – ascultarea activă a utilizatorilor și implementarea rapidă a funcțiilor cerute, precum notificările automate sau sistemul de ticketing pentru mentenanță, au fost esențiale pentru a răspunde cerințelor pieței.

Care sunt principalele tehnologii și inovații care diferențiază RentGuard pe piața soluțiilor imobiliare?

RentGuard utilizează tehnologii avansate care transformă complet modul de gestionare a proprietăților. Platforma automatizează procesele esențiale, de la monitorizarea plăților și gestionarea documentelor, până la inventarierea digitală și administrarea contractelor, oferind astfel o eficiență crescută și mai puțin timp pierdut pe sarcini administrative. Unul dintre diferențiatorii cheie este sistemul nostru de review-uri pentru chiriși, care le oferă proprietarilor și agențiilor imobiliare informații relevante și transparente din experiențele anterioare. Această funcționalitate sporește încrederea și simplifică procesul de selecție, contribuind la o experiență mai sigură

pentru toți cei implicați.

Toate aceste funcționalități sunt centralizate într-o platformă intuitivă, care permite utilizatorilor să acceseze și să administreze proprietățile de oriunde. RentGuard asigură astfel o gestionare rapidă și eficientă, adaptată cerințelor dinamice ale pieței imobiliare.

Cum ajută RentGuard actorii din piața imobiliară să economisească timp și să reducă riscurile?

Pentru proprietari, RentGuard elimină complexitatea gestionării proprietăților, de la urmărirea plăților până la organizarea documentelor. Agențiile imobiliare beneficiază de o platformă care le permite să gestioneze mai multe proprietăți simultan, fără să piardă din vedere detaliile importante. Property managerii își eficientizează operațiunile prin automatizări precum generarea rapoartelor de inventar și sistemul digital de mentenanță, în timp ce dezvoltatorii reduc timpul de închiriere prin funcționalități care sporesc transparența și încrederea chirișilor.

Cât de importantă este dezvoltarea unei piețe mai informate și conectate?

O piață informată și conectată este fundamentul unui sector imobiliar modern, eficient și de încredere. Atunci când informațiile sunt accesibile, clare și actualizate, fiecare decizie – fie că vorbim despre închiriere, vânzare sau investiție – devine mai calculată și mai sigură. Conectivitatea dintre actori, susținută de soluții digitale precum RentGuard, simplifică procesele complexe și reduce barierele de comunicare. De exemplu, un proprietar care folosește platforma noastră poate verifica



rapid profilul unui chiriaș și gestionarea tuturor documentelor necesare fără stres, în timp ce o agenție imobiliară poate coordona un portofoliu extins cu un minim de efort. În plus, o piață transparentă atrage investitori și contribuie la crearea unui mediu mai competitiv și mai stabil. Creșterea încrederii între părți și eliminarea incertitudinii nu doar că fac tranzacțiile mai rapide, ci și creează o bază solidă pentru inovație și dezvoltare pe termen lung.

Cum s-au schimbat așteptările și nevoile clienților în ultimii ani?

Solicitățile clienților au devenit tot mai complexe și personalizate, pe măsură ce piața imobiliară s-a

adaptat la noile tendințe și tehnologii. Agențiile imobiliare își doresc soluții care să le optimizeze activitatea și să le permită gestionarea rapidă a portofoliilor, reducând timpul petrecut pe sarcini administrative. Funcții precum monitorizarea plăților, centralizarea documentelor și rapoartele detaliate sunt acum cerințe esențiale. Dezvoltatorii au început să adopte strategii de tip build-to-rent și sunt interesați de soluții integrate care să le permită gestionarea proprietăților post-vânzare, crescând astfel valoarea proiectelor lor și atrăgând investitori care caută stabilitate și servicii complete. Proprietarii pun accent pe simplitate și siguranță. Ei caută instrumente care să le ușureze administrarea proprietăților, de la

“ —
O piață informată și conectată este fundamentul unui sector imobiliar modern, eficient și de încredere. Atunci când informațiile sunt accesibile, clare și actualizate, fiecare decizie – fie că vorbim despre închiriere, vânzare sau investiție – devine mai calculată și mai sigură.

verificarea chiriilor până la gestionarea mentenanței, pentru a reduce riscurile și a economisi timp. Chiriașii și cumpărătorii persoane fizice sunt din ce în ce mai informați și așteaptă transparență maximă în procesele de închiriere sau achiziție. Ei apreciază o experiență fără complicații, iar un canal de comunicare clar cu proprietarii sau agențiile imobiliare face o diferență semnificativă.

Pe scurt, clienții de azi nu mai caută doar soluții funcționale, ci experiențe care să fie rapide, sigure și adaptate nevoilor lor specifice. RentGuard răspunde acestor cerințe printr-o platformă flexibilă, care se adaptează atât nevoilor individuale, cât și celor complexe ale industriei.

Cum vedeți piața rezidențială din România în următorii ani, în special în contextul soluțiilor digitale precum RentGuard?

Piața rezidențială din România se află într-o etapă de tranziție către digitalizare și profesionalizare. În următorii ani, anticipăm o creștere a cererii pentru soluții care să simplifice și să eficientizeze procesele imobiliare, pe fondul unui interes tot mai mare pentru experiențe personalizate și sigure. Soluțiile digitale, precum RentGuard, vor juca un rol central în această transformare. Acestea vor redefini modul în care sunt gestionate proprietățile, eliminând procesele manuale, reducând riscurile și facilitând comunicarea între toți actorii implicați. Funcționalitățile noastre – de la managementul contractelor și monitorizarea plăților, până la evaluarea chiriilor și gestionarea mentenanței – sunt construite pentru a răspunde cerințelor unei piețe care pune din ce în ce mai mult accent pe eficiență, transparență și securitate. Într-o piață care devine tot mai competitivă, digitalizarea nu va mai fi o opțiune, ci o necesitate.

Inovații și produse noi pentru industria medicală și industria farmaceutică

Interviu cu Mădălina Cursaru, Director Proiect, Spin-off HYNAMAT



Vă rugăm să ne prezentați proiectul Spin-off HYNAMAT.

Proiectul „SPIN-OFF HYNAMAT” s-a desfășurat în perioada august 2020 - august 2022 și a avut ca scop științific și de producție cercetarea, dezvoltarea și realizarea unor pulberi hibride nanostructurate pe bază de hidroxiapatită și polimeri comerciali cu aplicații biomedicale. Întreprinderea își bazează activitatea pe activități de valorificare a rezultatelor unei cercetări anterioare. Rezultatul de cercetare de la care a pornit firma este brevetul de invenție nr. 128603/15.11.2014 cu titlul „Pulberi hibride nanostructurate pentru aplicații medicale”, prin transmiterea dreptului de folosință a invenției de la Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Metale Neferoase și Rare-IMNR la SPIN OFF HYNAMAT S.R.L. Proiectul SPIN-OFF HYNAMAT propune

realizarea unui nou material de regenerare osoasă, cu proprietăți îmbunătățite (densitatea aparentă $< 1 \text{ g/cm}^3$; porozitate aproximativă 75%; dimensiuni de cristalit ale hidroxiapatitei în clusterul organic-anorganic 10-20 nm; biocompatibilitate și stabilitate în mediul biologic, fără eliberare de compuși toxici), pe bază de hidroxiapatită și poliuretan sintetic, fabricat prin tehnica hidrotermală la presiuni înalte și temperaturi scăzute.

Obiectivul științific al proiectului constă în a oferi soluții noi, inovative (materiale hibride nanostructurate pe bază de hidroxiapatită și poliuretan diol) pentru grefe de os și umplerea defectelor osoase, care vor permite dezvoltarea unor noi tehnici intervenționale de către utilizatorii produselor finale.

Gradul de noutate constă în fabricarea într-o singură etapă a unor pulberi hibride pe bază de hidroxiapatită și poliuretan diol, cu structură omogenă de tip cluster, la presiuni înalte și temperaturi joase pentru utilizarea acestora ca grefe de os sau materiale de umplere a defectelor osoase, cu proprietăți fizico-chimice și biocompatibile îmbunătățite față de hidroxiapatita utilizată în prezent. Noul proces de lucru pentru realizarea produselor este inovator întrucât:

- reduce timpul de fabricare a unor cantități mari de materiale hibride nanostructurate
- crește eficiența procesului hidrotermal, prin sinteza într-o singură etapă a unei cantități mai mari de material hibrid nanostructurat
- consum energetic redus – sinteza hidrotermală desfășurându-se într-o singură etapă, la presiuni înalte și temperaturi joase. Cantitatea de energie necesară pentru a crește temperatura cu 5 grade este aceeași cu cea necesară pentru a mări presiunea cu 4000 de unități.

● proces prietenos pentru mediu – sinteza se desfășoară în sistem închis, fără degajarea unor compuși toxici volatili. Prin intermediul proiectului, au fost realizate două produse noi de către HYNAMAT:

1. Hiphap (pulbere hibridă nanostructurată) și
2. Hiphap 3D (structură 3D pe bază de pulbere hibridă nanostructurată)

Pulberile hibride nanostructurate de hidroxiapatită/poliuretan-diol reprezintă o clasă de materiale obținute printr-o tehnologie inovativă, hidrotermală, utilizând o autoclavă prevăzută cu un sistem de agitare mecanică.

Structurile 3D pe bază de pulberi hibride nanostructurate de hidroxiapatită/poliuretan-diol reprezintă o clasă de materiale obținute printr-o tehnologie emergentă, respectiv fabricarea aditivă a materialelor hibride cu matrice ceramică, sub formă de particule sferice, obținute prin metoda de sinteză hidrotermală în condiții bine determinate de temperatură și presiune.

Produsele pot fi utilizate în medicina regenerativă și ingineria țesuturilor din domeniul stomatologic (pentru reconstrucția țesutului osos și/sau ca materiale de înlocuire sau umplere a defectelor osoase mari și mici). Biomaterialele sunt utilizate de regulă în plăci osoase, implanturi dentare, înlocuirea articulațiilor, lentile de contact, protezele vaselor sanguine, ligamentele și tendoanele artificiale etc. Apariția biomaterialelor inovatoare și progresele tehnologice au îmbunătățit aplicațiile și performanțele biomaterialelor.

Produsele inovative vor permite dezvoltarea și utilizarea de tehnici noi intervenționale în domeniul stomatologic de reconstrucție sau înlocuire a țesutului osos.

Testele de biocompatibilitate efectuate pe pulberi HipHap au arătat o proliferare avansată de aproximativ 80%, doar în cazul discurilor obținute prin presarea pulberii HipHap. Rezultatele obținute în urma cultivării celulelor HEK293T direct pe suprafețele pulberilor de tip HipHap demonstrează nu doar că celulele aderă dar că și proliferază în contact cu aceste suprafețe.

Au fost selectate 3 tipuri de pulberi pe bază de hidroxiapatită și poliuretan (HipHap), care în combinație cu lianții organici APV și Baymedix au dus la obținerea structurilor 3D BioMSC. BioMSC sunt biocompatibile, permit adesiunea celulelor HEK293T și hMSC în număr semnificativ, comparabil cu proba control reprezentată de celule cultivate în condiții standard.

În prezent, firma Spin off Hynamat se află în perioada de durabilitate, fiind deja un start-up cu domeniul principal de activitate cercetare-dezvoltare în alte științe naturale și inginerie (cod CAEN 7219).

Spin off Hynamat își propune să atragă venituri și din prestări servicii precum:

- Servicii de cercetare (sinteză diverse compoziții, tratament precursori în condiții de presiune înaltă)
- Servicii de consultanță în sinteza materialelor prin metoda hidrotermală

Cât timp ați lucrat la brevetul de invenție?

Cererea de brevet de invenție a fost depusă la finalizarea proiectului, în luna august 2022, pe baza tuturor rezultatelor experimentale obținute în cadrul proiectului. Pentru redactarea / elaborarea cererii de brevet au fost necesare 6 luni de cercetare și optimizare a tehnologiei de obținere a noului material hibrid nanostructurat pe bază de hidroxiapatită și poliuretan diol, precum și evaluarea acestuia prin teste biochimice în vederea creșterii capacității de reacție a produsului prin interacțiunea cu celulele, și vascularizare timpurie.

Câți cercetători aveți acum în echipă?

În prezent sunt singurul cercetător din echipă. În perioada de derulare a proiectului au fost implicați 16 cercetători și un tehnician chimist.



Autoclava Parr, model 4552, vas de Teflon 8 L, agitare, $p \leq 131$ bar, $T \leq 250^\circ\text{C}$

Nisa de laborator cu dulap reactivi

Balanta analitica Shimadzu, cu 4 zecimale

pH-metru Jenway

Pompa de vid cu membrana, Vaccubrand

Plita magnetica cu incalzire si agitare, Dlab

Echipamente achizitionate

Ce echipamente sunt necesare pentru producția în serie?

Pentru producția în serie este nevoie de următoarele echipamente: o autoclavă de sinteză hidrotermală, prevăzută cu agitare mecanică, având o capacitate de 8-10 L pentru obținerea a 50 grame de material/șarjă, o balanță analitică cu 4 zecimale, un echipament de uscare prin pulverizare a pulberilor (spray dryer), vase de filtrare /spălare, pH-metru cu afișaj digital, o imprimantă 3D pentru producția structurilor printate 3D.

În ce sectoare economice poate fi folosită inovația dumneavoastră?

Produsele noi se vor utiliza în **industria medicală** la umplerea defectelor osoase, reconstrucția defectelor osoase, grefe osoase, fabricarea aditivă a implanturilor osoase pentru uz stomatologic sau proteze osoase. Mai mult, produsele pot fi utilizate în **industria farmaceutică**, fiind studiate ca purtător de medicamente sau biomolecule. Piața pe care va activa spin-off-ul este piața materialelor biocompatibile. Segmentul de piață este format din furnizorii de produse medicale pe bază de materiale biocompatibile; aceștia sunt clienții care achiziționează produsul inovativ rezultat din punerea în aplicare a tehnologiei de obținere a acestuia. Nișa de piață este cea a materialelor hibride nanostructurate pentru uz medical (în special stomatologic). Aplicațiile produselor noi realizate de spin-off sunt aferente medicinei dentare, însă produsele pot avea aplicații ulterioare și în

celelalte domenii, în funcție de interesul de pe piață (oftalmologie, ortopedie).

Cum apreciați finanțarea sectorului de R&D în țara noastră?

Finanțarea sectorului R&D în țara noastră este bazată pe accesarea unor fonduri naționale și europene, prin lansarea unor competiții de proiecte de cercetare de către Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării. Finanțarea se adresează cu precădere institutelor de cercetare și universităților, însă ar trebui mai mult încurajată finanțarea cercetării în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii de tip spin-off și start up. De regulă, spin-off-urile sunt create pe lângă un institut de cercetare sau o universitate, pentru a prelua și a valorifica rezultatele cercetării acestora. Firma Spin Off Hynamat își dorește să realizeze activități de cercetare, prin participarea în proiecte.



DATE DE CONTACT:

Reprezentat legal:

dr. ing. Laura-Mădălina Cursaru

Adresă e-mail: madacursaru@gmail.com,

pagina web: <https://www.hynamat.ro/>

tel: 0745-143.051

Adresa: Parter, camera 13, Clădire Laborator Cercetare – IMNR, Bulevardul Biruinței nr.102, Pantelimon, jud. Ilfov.

Accesul la platforme online e mult mai relevant decât media clasică

Interviu cu Maria Zvenigorodski, Managing Director & Founder, Akabel Agency

Cum a luat naștere Akabel?

Pentru mine, lansarea agenției de publicitate Akabel a fost un pas natural în parcursul profesional. După 8 ani în industria comunicării, perioadă în care am acumulat experiență atât de partea clientului, ca PR și organizator de evenimente, cât și în agenții, în roluri de account manager și strateg, mi-am dorit să valorific experiența acumulată. Astfel, am ajuns la crearea unei agenții de digital full-service, menită să integreze toate componentele acestui mediu, cu un focus clar pe strategii bine conturate și rezultate concrete.

Ce înseamnă agenție full service orientată pe zona de digital?

În 2024, mediul digital domină complet atenția consumatorului. Accesul la platforme online e mult mai relevant decât media clasică, iar rețelele sociale s-au transformat treptat în motoare de căutare și surse principale de informare. De exemplu, Gen Z și Milenialii sunt mult mai tentați să caute o rețetă sau o știre direct pe TikTok decât pe Google. Noi pornim întotdeauna de la strategie, care devine punctul de plecare pentru direcția creativă a campaniei. De aici, dezvoltăm conceptul, creăm asset-urile necesare pentru online (website sau landing page) și adaptăm materialele pentru fiecare canal de comunicare: social media (Meta, TikTok, YouTube), Google sau presă. Pentru zona de social media, preferăm să creăm totul de la zero, de la fotografii la video-uri, pentru a ne asigura că materialele sunt originale și perfect adaptate cerințelor platformelor și ale publicului. Rezultatul? Campanii cu impact real, livrate acolo unde contează cel mai mult.

Care sunt atuurile echipei Akabel?

Echipa Akabel este compusă din 8 oameni pasionați, fiecare dedicat excelenței în domeniul său. Structura echipei este gândită astfel încât să echilibreze creativitatea, strategia și performanța. Avem un departament de Customer Support cu un account manager și un PR manager, un departament de Creație (art și copywriting) și un specialist media care gestionează toate campaniile noastre pe Google, Meta și TikTok. Ce ne face diferiți? Fiecare dintre noi își dedică atenția ariei sale de competență, fără să se piardă în multitasking. Ne concentrăm pe ce știm mai bine, iar asta face diferența. Suntem o echipă tânără, dar cu experiență solidă, crescuți odată cu internetul, ceea ce ne oferă o înțelegere profundă a mediului digital și a dinamicii lui.

Care este cel mai mare proiect realizat de echipa Akabel?

Anul 2024 ne-a adus proiecte care ne-au rămas cu adevărat în minte, fiecare cu provocările și poveștile lui unice. Primul este conferința de presă organizată la Salonul Oficial al aeroportului Otopeni, cu ocazia achiziționării primului avion de creștere a precipitațiilor de către o companie privată românească. Apoi, „Gustul care te aduce înapoi”, campania aniversară de 25 de ani a Tavernei Sârbului. Lansată digital, campania a avut un landing page interactiv care invita utilizatorii să afle cât de probabil era să fi vizitat Taverna în trecut. Strategia a inclus povești în social media, PR, influencer marketing, online ads (Meta, Google și TikTok) și vizibilitate pe DOOH. Campania s-a încheiat cu două petreceri care au fost overbooked, atât la București, cât și la Sinaia.

Și aș vrea să mai amintesc un proiect pe care am lucrat anul trecut, înainte de a lansa Akabel, ca parte din altă agenție - și anume campania Minecraft de la UTCB (Universitatea Tehnică de Construcții București, n.r.), care a avut un buget de sub 10.000 de euro și în care am creat un server de Minecraft, unde copiii intrau să se joace pentru admitere. Prin acea campanie am adus 500 de persoane înscrise la taxă pentru prima oară în istoria universității.

Cât de importantă este prezența companiilor în social media?

Nu știu dacă neapărat în social media, dar prezența în online este obligatorie, indiferent că vorbim de comunicare B2C, B2B sau B2G. Dacă nu există buget sau necesitatea comunicării pe social media a companiei, un site va servi drept carte de vizită, iar un cont de Google My Business pus la punct poate crește încrederea în companie.

Care platforme de social media au cel mai mare impact la finalul anului 2024?

Ce trebuie specificat este că platforma care va avea cel mai mare impact pentru businessul tău... nu e neapărat cea cu cel mai mare impact în mod general. În 2024, când vorbim despre platforme dominante în România, TikTok iese clar în față. Cu 11 milioane de utilizatori, platforma aproape egalează Facebook (12 milioane). Grupul Meta rămâne relevant, cu Facebook și Instagram (7 milioane de utilizatori) în prim-plan. Pentru B2B, însă, nu putem ignora LinkedIn, care are o bază solidă de 4,2 milioane de utilizatori în România. Și pentru publicul din Gen Z, Twitch poate fi o platformă de luat în considerare, având o comunitate activă și foarte nișată. Pe scurt, nu contează doar cifrele. Contează



să alegi platforma pe care îți vei găsi publicul și unde mesajul tău poate avea cel mai mare impact.

Care sunt indicatorii de performanță în social media după care se ghidează clienții?

Indicatorii de performanță depind de obiectivul stabilit de client. Pentru unii, aceștia pot fi axați pe performance, concentrându-se pe conversiile care generează vânzări online. Pentru alții, accentul poate cădea pe creșterea awareness-ului, astfel încât produsul să devină Top of Mind (TOM) și prima alegere la raft pentru consumatori. De asemenea, un alt obiectiv al campaniei poate fi engagement-ul, care să pornească discuții și să genereze implicare pe un anumit subiect.

Cât de importantă este o strategie realistă de marketing, plecând de la identificarea publicului țintă?

Fără o strategie bine pusă la punct, orice acțiune devine inutilă, așadar

dezvoltarea unei strategii reprezintă cel mai important pas. Totuși, partea cea mai dificilă este implementarea acesteia. De ce? Pentru că strategia presupune o înțelegere amplă a contextului industriei, a peisajului de comunicare, a analizei și poziționării brandului în raport cu competiția. Iar asta include maparea arhetipului de brand, identificarea publicului țintă, definirea brand persona și, ulterior, obținerea unui insight despre consumator. Odată ce avem insight-ul, practic știm la ce o să reacționeze și cu ce o să rezoneze publicul țintă.

Care este bugetul optim pentru realizarea unei campanii de succes în social media?

Pentru ca echipa să poată începe lucrul la o campanie completă, care să includă strategie, concept creativ, social media și investiție media, cred că un buget de la 7.000-8.000 de euro este un punct de plecare realist. Mai ales pe zona de digital, unde nu presupune producție, eveniment etc.

„Suntem o echipă tânără, dar cu experiență solidă, crescuți odată cu internetul, ceea ce ne oferă o înțelegere profundă a mediului digital și a dinamicii lui.

„Personal, nu consider că AI-ul va putea avea vreodată acea scipire de geniu din care se naște creativitatea.

Cum vedeți evoluția marketingului digital în contextul dezvoltării rapide a tehnologiilor de Inteligență Artificială?

Cu siguranță AI-ul nu va influența doar domeniul publicității, ci va avea un impact semnificativ asupra tuturor industriilor. Folosit responsabil cred că ne va fi de mare ajutor – de exemplu, într-un pitch recent, am folosit Midjourney pentru a genera un vizual în doar o zi, un proces care, în mod normal, ar fi durat aproximativ trei zile. Pe de altă parte, consider că ne forțează să gândim out-of-the-box și să devenim din nou creativi. Personal, nu consider că AI-ul va putea avea vreodată acea scipire de geniu din care se naște creativitatea.

Cum apreciați susținerea și stimularea tinerilor antreprenori în România?

Mediul de afaceri se dezvoltă cel mai eficient prin solidaritate și sprijin reciproc, atât din partea antreprenorilor, cât și din partea instituțiilor statului. Consider că unul dintre cele mai mari avantaje pe care l-am avut la începutul drumului meu antreprenorial a fost oportunitatea de a participa la programul „Sprint în Antreprenariat” organizat de Stup by BT. În doar șase săptămâni, am reușit să învăț bazele construirii și gestionării unui business, o experiență care a pus fundația dezvoltării mele profesionale.



Contribuim la un viitor mai curat și mai sustenabil pentru România

Interviu cu Florin Dobrescu, Proprietar și Fondator, 3R GREEN

3R Green tratează deșeurile municipale amestecate în vederea reciclării, reușind să devieze în proporție de 65% cantitatea de deșeurile spre depozitare. Cum a încheiat compania dumneavoastră anul 2024? Ce investiții ați realizat în ultimii ani?

Înființată în 2008, 3R Green SRL și-a asumat un rol activ în economia verde, specializându-se în sortarea materialelor reciclabile și eliminarea sigură a componentelor periculoase pentru mediu, contribuind astfel la un viitor mai curat și mai sustenabil pentru România. Domeniul gestionării deșeurilor este unul foarte complex și foarte grandios, cât și foarte axat pe directiva tranziției verzi și a economiei circulare. Gândiți-vă că, la un moment dat, toate bunurile pe care le utilizăm, atât cele de unică folosință cât și cele cu o utilizare mai îndelungată, devin deșeurile, adică vrem să le abandonăm. Ca structură, aceste deșeurile pot fi menajere,

provenite din activități casnice, pot fi reciclabile, (plastic, carton, hârtie, sticlă, lemn, metal, cauciuc) din care o parte sunt contaminate și au valoare energetică ce este direcționată în instalații de ardere cu producere de energie. Alte tipuri de deșeurile pot fi: voluminoase (mobiliere, saltele, elemente de mari dimensiuni), deșeurile din construcții, deșeurile vegetale (compostabile), deșeurile textile, deșeurile din dezmembrări de autovehicule, deșeurile din echipamente electrice și electronice.

Grupul 3R Green a început o investiție în valoare de două milioane euro la sfârșitul anului 2023, urmând a fi finalizată anul acesta. Investiția constă în deschiderea a încă 4 puncte de lucru pentru colectare deșeurile electrice, electronice și electrocasnice în județele Timișoara, Brașov, Bacău și Constanța, instalarea unei linii complet automatizate pentru reciclarea panourilor fotovoltaice, ce urmează a fi operațională în județul Brașov, achiziționarea unui ciur pentru tratarea

mecanică a deșeurilor municipale, construirea unei stații de compostare pentru deșeurile vegetale de 5.000 mp în județul Dâmbovița și amenajarea celulelor pentru uscarea și stabilizarea deșeurilor organice rezultat din tratarea mecanică cu monitorizare digitală, mărirea flotei auto prin achiziționarea mijloacelor auto necesare pentru transport deșeurile.

Aceste investiții susțin creșterea capacității de tratare mecanică a deșeurilor municipale și a tratării prin uscare a deșeurilor bioorganice. Nu în ultimul rând, societatea a preluat în județul Timiș o firmă ce are ca obiect principal de activitate colectarea și procesarea deșeurilor din plastic. Devierea de la depozitare este preocuparea principală în activitatea de tratare a deșeurilor, în principal a celor municipale, pentru societatea 3R Green.

Colaborăm cu cele mai mari companii ce pot valorifica cu eficiență energetică fracția rezultată din tratare, circa 55% din deșeurile procesate de noi. De asemenea, colaborăm





cu cei mai mari reciclatori de pe piață, pentru deșeurile din materiale reciclabile (plastic, PET, anvelope, deșeuri electrice și electronice, metal, fier, aluminiu etc.).

Pe parcursul celor 16 ani de activitate putem aprecia că am procesat circa un milion de tone deșeuri municipale, voluminoase, construcții, resturi vegetale. În aceeași perioadă s-au colectat și s-au predat componentele către reciclatori finali, circa 25.000 tone deșeuri echipamente electrice și electronice.

Cifra de afaceri a societății 3R GREEN SRL este relativ stabilă pentru ultimii 3 ani, situându-se la aproximativ 10.000.000 Euro/an, iar pentru anul 2024 cifra de afaceri în cadrul grupului va fi de circa 12.000.000 de Euro.

În ce localități / județe colectați deșeuri electrice, electronice și electrocasnice? În ce regiuni aveți volume mai mari?

Activitatea de colectare și tratare a deșeurilor de echipamente electrice și electronice a existat încă de la înființarea societății, respectiv din 2008. Sigur că de-a lungul timpului am avut diverse stadii de implicare cât și de dezvoltare în teritoriu. În ultimii 3 ani, s-a pus accent pe acoperirea teritorială, cu acest tip de

serviciu cu utilitate publică.

Respectiv, colectarea de la populație a echipamentelor electrocasnice și electronice, care altfel nu au un flux de colectare pe componenta de salubritate a unităților administrativ teritoriale (UAT).

Începând cu punctele de stocare temporară și tratare DEEE-uri din Ilfov (orașele Chitila și Popești Leordeni), ne-am extins în teritoriu astfel că, în prezent, activități similare se desfășoară în jud. Mureș (oraș Miercurea Nirajului), în jud. Maramureș, (comuna Groși), în jud. Brașov (comuna Prejmer), în jud. Bacău (oraș Buhuși), în jud. Timiș (oraș Timișoara), în jud. Dâmbovița (comuna Slobozia Moară), în jud. Constanța (comuna Cogealac), în jud. Suceava (oraș Suceava) și în jud. Dolj (oraș Filiși).

Având o colaborare rodnică cu o organizație de transfer de responsabilitate din domeniul echipamentelor electrice și electronice, am organizat doar anul acesta peste 350 de acțiuni de colectare de la populație în județele în care avem aceste puncte de lucru. Rezultatele foarte bune în colectare s-au realizat în județul Mureș, unde cu un număr de 56 de UAT-uri cu care s-au încheiat protocoale de colaborare, au fost colectate peste 1.300 tone de DEEE în anul 2024, de la populație.

“
Cifra de afaceri a societății 3R GREEN SRL este relativ stabilă pentru ultimii 3 ani, situându-se la aproximativ 10.000.000 Euro/an, iar pentru anul 2024 cifra de afaceri în cadrul grupului va fi de circa 12.000.000 de Euro.

“
Există o obligație legală a autorităților locale de a organiza colectarea, transportul, sortarea, tratarea și depozitarea deșeurilor. C

Cum apreciați implicarea autorităților centrale și locale în educația ecologică a companiilor și a cetățenilor?

Există o obligație legală a autorităților locale de a organiza colectarea, transportul, sortarea, tratarea și depozitarea deșeurilor. Ca urmare a acestei obligații, primăriile ar trebui să aibă în vedere crearea unor proiecte sustenabile, efectuate din bugete locale, care să aibă ca scop educarea cetățenilor privitor la educația ecologică.

Companiile au de asemenea obligații privitoare la protecția mediului și responsabilizarea propriilor angajați, pentru că fiecare persoană fizică sau juridică este un generator de deșeuri. De asemenea, un instrument important atât din punct de vedere a resursei umane cât și a informației, sunt ONG-urile de mediu. Acestea dețin oameni cu expertiză în domeniul protecției mediului și pot dezvolta campanii de educare și implicare a cetățenilor, creând astfel comunități puternice. Într-o formulă ideală, educarea cetățenilor pentru un comportament prietenos cu mediul trebuie făcută la stadiul de școală primară, liceu, alături de cadrele didactice, părinți și organizații nonprofit, care să dețină informații tehnice și corecte.

Tot mai mulți tineri au cultură ecologică

Interviu cu **Alexandra Postelnicu**,
Director Executiv, ASOCIAȚIA PACHAMAMA ROMANIA



Când ați decis să fondați Asociația Pachamama România? În ce context? Care a fost strategia pe termen scurt?

În noiembrie 2008, în Statele Unite, am participat pentru prima oară la un simpozion Pachamama Alliance, intitulat “Trezirea Visătorului, Schimbarea Visului”. Acea zi a însemnat o revelație în viața mea și datorită ei am simțit care este cu adevărat misiunea mea pe acest pământ. Atunci mi-am dat seama că de fapt vindecarea personală se întâmplă numai atunci când suntem în armonie cu natura și comunitatea noastră. În acea zi, cu acei oameni, vorbind și trăind împreună realitățile din ziua de azi ale pământului, realități din care este formată viața noastră, eul meu a înțeles că a pune problema unei transformări și dezvoltări personale e insuficient - miza adevărată este o transformare colectivă. Clar, nici acum nu reușesc să exprim în

cuvinte ce mi s-a întâmplat sau să definesc emoțiile care m-au cuprins atunci... și într-o clipă am ajuns să-mi dau seama că doresc să fac parte și eu din această mișcare internațională de transformare colectivă. În 2011 m-am întors în țară, după terminarea studiilor universitare și încheierea doctoratului în psihologia holistică. Am înființat imediat, în luna septembrie, la București, Asociația Pachamama România. Strategia pe termen scurt a fost să ducem mesajele Pachamama elevilor de la liceele bucureștene. Am întreprins acțiuni pentru a le face cunoscut proiectul Drepturilor Naturii - trasarea unei Carte internaționale a Drepturilor Naturii pe modelul Cartei Drepturilor Omului, pornind de la generoasa și inspiratoarea idee că natura este o ființă vie, întregă, la fel ca și omul. Ne-am propus în acest scop să aducem în România speakeri internaționali, cum au fost

John Perkins și Mumta Ito, pentru a le transmite adolescenților români, pornind din experiența lor personală și directă, de ce este important să protejăm Natura și care sunt motivele pentru care ei au început campanii de conștientizare și protecție a Mamei Pământ.

John Perkins, unul dintre fondatorii Pachamama Alliance, a fost economist-șef la marile firme internaționale de consultanță, dar a primit și instruire de la șamani din întreaga lume. După ce trece de la postura pe care o numește “asasin economic” la cea de apărător al naturii, a scris mai multe cărți care au devenit best-sellere New York Times și a devenit un speaker căutat în toată lumea. Mumta Ito, inițiatorul unui proiect care propune drepturile naturii pe agenda legislativă a UE.

Asociația Pachamama România are ca pilon principal protejarea mediului înconjurător. Unul dintre primele proiecte ale organizației voastre a fost Roșia Montană Marathon. Când a demarat și câți oameni au fost implicați până acum?

Roșia Montană Marathon a început în anul 2013, pe 17 August - am onorat astfel ziua în care doamna Constantina Diță, ambasadoare de onoare a Roșia Montană Marathon, reușea să câștige pentru România medalia de aur în proba de maraton la Jocurile Olimpice de la Beijing 2008.

De-a lungul celor 11 ediții de până acum ale Roșia Montană Marathon, în buna organizare și desfășurare a evenimentului au fost implicați sute de oameni. Mulți dintre ei sunt chiar din rândul elevilor școlilor locale și liceelor din Câmpeni și Abrud. Din 2017, fiecare ediție a maratonului este precedată și urmată de acțiuni de ecologizare pe care le întreprindem în zonă împreună cu elevii de la

Școala Simion Balint din Roșia Montană.

Însumând aceste 11 ediții ale Roșia Montană Marathon, în mica noastră localitate legendară din Apuseni au alergat peste 5.000 de iubitori ai muntelui și sportului, iar în total zona a beneficiat de vizita a peste 10.000 oameni.

Dar Roșia Montană Marathon este mai mult decât un eveniment sportiv, îmbinând armonios și aspectele sociale, ecologice și cultural-istorice. Pentru că punem accent pe buna dezvoltare a tinerei generații, în ultimii 6 ani am reușit împreună să fim solidari cu copiii din Roșia Montană, oferindu-le, cu ajutorul sponsorilor și alergătorilor, sprijin pentru a avea condiții mai bune de învățare și recreere.

La ediția de anul acesta, desfășurată ca de obicei în ultimii ani sub îndemnul "Descoperă aurul din inima ta", Roșia Montană Marathon a primit vizita lui Doris Ragettli. Doris promovează Petiția pentru Rights Of Mother Earth. Ea a prezentat participanților acest proiect care solicită ONU să se angajeze în mod oficial în elaborarea și adoptarea unei Declarații a Drepturilor Mamei Pământ, în completare a Declarației Drepturilor Omului. Ne propunem întocmirea unei Declarații care va recunoaște Natura ca ființă vie, care merită drepturi și protecție la fel cum merită și oamenii înșiși.

Programul educațional "Fii Parte din Schimbare" îmbină într-un mod creativ partea de protecție a naturii cu partea de dezvoltare personală. În ce școli, licee și universități ați promovat acest program, până acum? Cum au primit tinerii informațiile?

Început odată cu actualul an școlar, proiectul „Fii Parte din Schimbare” a ajuns la elevii Colegiului Tehnologic „Viaceslav Harnaj” – București, Liceul Teoretic „Ita Vegman” – București, Colegiul Economic „Ion Ghica” – Târgoviște și Liceul Tehnologic Voinești – Dâmbovița.

Urmează să ajungem și la elevii Colegiului Tehnic „Iuliu Maniu” și la studenții Academiei de Studii Economice și la cei ai Universității Ecologice.

Tinerii au primit informația cu mult entuziasm. Au avut ocazia să împărtășească cu noi și cu colegii lor pasiunile pe care le au și au reflectat împreună la modul cum le pot

folosi pentru a contribui la schimbarea comunităților din care fac parte și a lumii. În cadrul întâlnirilor, ei au menționat nevoia de comunicare, respectiv nevoia de a fi ascultați și luați în seamă. Necesitatea pe care ei o resimt acut este ca opiniile și dorințele să le fie înțelese. Această nevoie este completată de nevoia de a colabora - pe de o parte cu membrii familiei, iar pe cealaltă parte cu colegii și profesorii.

O problemă delicată observată de unii studenți a fost obsesia pentru concurență, construită la mulți în sânul familiei și apoi întărită prin modul de departajare în școală. Tinerii au remarcat, cât se poate de corect, faptul că rareori concurența este sinonimă cu performanța pe termen lung și au arătat cât de profund simt nevoia ca această obsesie a concurenței să fie înlocuită de încurajarea colaborării și a creativității.

Pentru a lucra la îmbunătățirea colaborării, este necesar ca eforturile lor să se coalezeze spre un scop comun, de exemplu o acțiune care să contribuie la protejarea naturii într-un anumit areal.

Cum apreciați nivelul de cultură ecologică al compatrioților noștri?

Din interacțiunea cu elevii și studenții, am observat că tot mai mulți au cultură ecologică, știu ce pot face pentru a proteja natura, pentru a trăi în armonie cu ea. Partea la care avem în continuare de lucrat este cea legată de acțiune, de punere în practică a cunoștințelor. Este nevoie să ieșim din zona de confort și să deprindem câteva obiceiuri simple, dar extrem de benefice și folositoare pentru sănătatea noastră și a planetei, cum ar fi: să colectăm separat deșeurile, să cumpărăm numai atât cât avem nevoie, să evităm risipa de alimente, să practicăm compostarea deșeurilor unde este cazul, să gestionăm corect consumul de apă etc.

Ce proiecte aveți în vedere în perioada următoare?

În perioada următoare dorim să ajungem la cât mai mulți elevi și studenți cu proiectul „Fii Parte din Schimbare”, oferindu-le șansa de a se cunoaște mai bine, de a-și descoperi rolul lor și de a-și afla și urma pasiunile.

Ne propunem să organizăm pentru cât mai mulți oameni „Cercurile de ascultare a Mamei

Pământ”, prin care ei să se conecteze cu spiritul Mamei Pământ, să îi înțeleagă mesajele profunde și să trăiască în mod natural într-o relație de reciprocitate cu ea. Noi numim această relație “reciprocitate sacră”, deoarece în contactul direct cu spiritul pământului ajungem să ne dăm seama, la fel cum au făcut-o generații de oameni de-a lungul istoriei, că într-un raport profund cu natura, unde intervine atât înțelegerea cât și simțirea, ceea ce trăim este o senzație vie de sacru.

Desigur, Roșia Montană Marathon merge mai departe - la începutul noului an vom deschide înscrierile pentru cea de-a 12-a ediție ce se va desfășura pe 21 Iunie 2025.

Dorim să lansăm și o campanie media de informare pentru proiectul „Drepturile Naturii” în rândurile publicului larg, prin care să creștem nivelul de conștientizare cu privire la interconectivitatea noastră cu Mama Pământ. Tot pentru perioada următoare, ne propunem să lansăm o carte de povești pentru copii având drept personaj principal pe Naturalin, un super-erou al Naturii și mascota Roșia Montană Marathon.

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

Finanțarea acestor proiecte provine în principal din redirectionarea impozitului pe profit din partea câtorva firme și, desigur, din donații.

Însă, pentru dezvoltarea noilor proiecte este nevoie de creșterea numărului de sponsorizări și donații.

Atât firmele, cât și persoanele fizice pot face donații în contul asociației: RO85 PIRB 4236 7320 8900 1000, deschis la PIRAEUS BANK, București.

Persoanele fizice pot redirectiona 3,5% din impozitul pe venit prin completarea formularului 230 pentru Pachamama România.

Firmele pot redirectiona impozitul pe profit pentru Pachamama România.

De asemenea, firmele pot susține proiectele prin sponsorizări financiare sau în produse.

DATE DE CONTACT:

pachamamaromania2011@gmail.com,
0732661743

Copiii încep să simtă cum libertatea vine mereu cu responsabilitate

Interviu cu Maria Cristina Preda, Fondator, Echilibria Montessori Education



Când și în ce context ați decis să fondați Echilibria Montessori Education? Cu ce obiective ați plecat la drum?

Dintotdeauna parcă am știut că ai mei viitori copii vor urma un alt fel de educație decât am avut eu. Nu pot spune că nu am mers bine în școală, dar cumva nu eram deloc încântată când profesorii erau nedrepti în anumite abordări. În plus, am resimțit mereu că acea competiție indusă artificial (peste cea care vine natural din ființa umană) este ceva ce ne dezbină și nu ne unește.

Acum circa 15 ani (când copiii mei erau foarte mici) mă aflam într-o vizită în SUA și acolo mi-am creat șansa extraordinară să vizitez o școală și grădiniță Montessori. Tot ce îmi aduc acum aminte este că nu doream să mai plec de acolo și îmi ziceam: „Eu însumi doresc să fac școala din nou, dar copiii mei!” Nu știam atunci în ce anume mă avânt, dar a fost mai bine că nu am evaluat tot efortul, nici cel măsurat în timp cât nici cel în investiție continuă. Însă energia permanent îndreptată către acest proces pentru a fi cât

mai aproape de scrierile doctorului Maria Montessori a fost și este stâlpul școlii și azi. Să implementezi o astfel de metodă în mod autentic este foarte dificil. Dar rezultatul pentru copii merită toate aceste eforturi și sacrificii.

Obiectivele inițiale au fost proprii mei copii și, în paralel, am dorit să creez un loc unde pot îmbina educația de calitate cu pasiunea mea pentru o hrană de înaltă vibrație pentru copii. Bineînțeles că treptat a devenit un loc foarte primitiv și mult căutat de părinți și astfel, în prezent, găzduiește aproape 200 de copii.

Care sunt pilonii pe care se sprijină sistemul de educație Montessori? Cum apreciați cărțile Mariei Montessori?

Educația Montessori este în primul rând de bun simț. Dr. Montessori spunea: „Nu o mai numiți metoda Montessori, ci numiți-o metoda copilului, căci este el cel care mi s-a arătat mie în toată splendoarea sa” sau „Eu până aici am făcut, am observat copilul. De acum încolo observați și voi”.

Observarea copilului (fără a-l judeca) este poate cel mai important pilon. Astfel poți să îi servești cu adevărat. Nici un adult nu poate afla doar dintr-o planificare generală anuală (eventual și dictată de un curriculum național fix) ce nevoi de moment are copilul zi de zi.

Apoi, libertatea de a lucra cu materialul educațional pe care și-l alege el de pe raft, totul fiind expus la nivelul copilului. În Montessori noi spunem că ai libertatea să alegi cu ce lucrezi, dar nu ai libertatea să nu lucrezi.

Alt pilon important este modul cum este alcătuită clasa sau Mediul Pregătit, cum îi spunem noi în Montessori. Este pregătit să răspundă întru totul nevoilor lui, conform cu vârsta, să răspundă perioadelor sensibile prin care trece copilul și tendințelor umane care apar la naștere și rămân cu noi toată viața.

Un altul de bază se referă la Ciclul de lucru de 3 ore neîntrerupt în care copiii au activități în mediul pregătit, fără a fi divizat de alte activități care ar întrerupe dinamica din clasă. Nu știi niciodată când un copil ajunge la momentul de concentrare maximă în acea zi. Toți au momente diferite. Nu sunăm clopoțelul. Ei au libertatea să stea cât doresc într-o anumită sarcină, să înceapă alta când doresc, să lucreze în grup sau individual.

Au însă niște reguli de bun simț și, dacă le respectă, pot fi oricât de liberi doresc să fie. Exemple de reguli de bun simț ar fi: folosim materialul educațional în scopul în care a fost creat, nu ne suim pe masă, dacă lucrăm la sol folosim un mic covoraș pe care îl și strângem apoi (scopul fiind acela de a delimita spațiul de lucru al aceluși copil, din respect pentru ceilalți copii, dar și din respect pentru materialul cu care lucrează).

În Montessori spunem că libertatea vine cu responsabilitate. Și acesta este un

pilon. Un exemplu ar fi că ai libertatea să lucrezi cu un material la alegere, în același timp având responsabilitatea să îl folosești corespunzător și să îl duci frumos la loc pe raftul de unde l-ai luat. De asemenea, lecțiile de Grație și Curtoazie reprezintă un pilon în educația Montessori. Aici putem vorbi despre cum închidem și deschidem o ușă fără zgomot, sau cum cărăm un scaun prin clasă fără să ne rănim, sau cum transportăm un material de lucru fără a lovi ceilalți copii sau cum ne adresăm colegului și adultului, dar și multe altele din același registru. Ordinea exterioară creează ordine interioară. Acesta este un alt pilon. Fiecare material educațional are locul lui pe raft și copiii învață că, după ce îl folosesc, trebuie să îl ducă la loc frumos aranjat pentru următorul coleg, așa cum l-au găsit și ei.

Un alt aspect important care completează modul cum învață copiii la noi este acela că sala de clasă se extinde în grădina, acolo unde spațiile permit. Există multe activități de îngrijire a mediului din exterior care sunt cuprinse în curriculum, dar și de bun simț. Montessori oferă cheile către lume, dar nu poate aduce lumea în clasă. Astfel, importante sunt și acele „ieșiri în afară” din școală pe care copiii le efectuează în grupuri mici, însoțiți de un adult, de obicei un părinte. Când un proiect început în clasă are nevoie de informații pe care elevul nu le mai găsește în mediul nostru (cum ar fi un muzeu), atunci ei organizează ceea ce noi numim „going out”. Astfel, ei sună la muzeu sau o fabrică sau alt obiectiv de vizitat și cer să meargă acolo, explicând scopul și școala din care vin. Sunt însoțiți de un părinte care înțelege că nu poate interveni în planul lor, chiar dacă greșesc drumul sau uită banii la școală. Toate sunt lecții de învățare pentru viață.



Ce echipă de profesori / traineri aveți?

Profesorii sunt formați în cursuri internaționale ale Asociației Internaționale Montessori (AMI), fondată de însuși dr. Montessori. Sunt în întregime finanțate de școala noastră. În funcție de unde se ține cursul și alți factori, ele costă între 10.000 și 25.000 de euro per profesor. Durează timp îndelungat, 1-2 ani. De asemenea, dotarea corectă a claselor este foarte costisitoare. Nu există un bazin de profesori deja școliți pe care noi să îi angajăm direct. Acest aspect îngreunează mult crearea și menținerea unui mediu Montessori autentic. Este necesară o dedicare mare din partea managementului și o credință nestrămutată în mediul potrivit pentru nevoile copilului. Apoi urmează inspirația continuă de zi cu zi pentru ca noi toți, adulții școlii, atât individual, cât și în parte, să fim cât mai aproape de scrierile și zicerile Mariei Montessori. Nu avem traineri ai noștri. Altfel se organizează lucrurile în Montessori. Am co-fondat Asociația Pentru Dezvoltarea Educației Montessori în România și Institutul Montessori București.



În Montessori noi spunem că ai libertatea să alegi cu ce lucrezi, dar nu ai libertatea să nu lucrezi.



Profesorii sunt formați în cursuri internaționale ale Asociației Internaționale Montessori (AMI), fondată de însuși dr. Montessori. Sunt în întregime finanțate de școala noastră.

Astfel am putut aduce în România traineri internaționali certificați de AMI și mai mulți educatori au intrat în curs. Pentru nivel de vârstă școlară însă este nevoie să trimitem în continuare profesori să fie formați în afara țării, atât în Europa cât și în SUA, școlile fiind foarte puține la noi și nu avem suficienți învățători care să justifice un curs aici.

Prin ce activități este stimulată creativitatea copiilor?

Creativitatea este un potențial imens cu care ne naștem. Trebuie să avem grijă numai să o lăsăm să se manifeste prin modul cum este organizat mediul de lucru. Vine natural dacă nu o inhibăm. În mediile Montessori, copiii lucrează într-o manieră în care ideile, experimentele și gândirea critică sunt încurajate.

De asemenea, adulții facilitează crearea de discernământ în copii prin modul cum îi ajută să își rezolve disputele între ei. În acest sens aș menționa și Comitetul Păcii, care este compus din 3 copii mai mari care primesc spre rezolvare unele dintre diversele situații apărute pe parcurs în mediul școlar.

Inclusiv faptul că predarea se face în grupuri mici de copii, de vârste diferite, care se pot modifica după subiectul explicat, ne duce în zona explorării creativității și altfel decât o cunoaștem la prima vedere.

Interdisciplinaritatea curriculumului Montessori, de asemenea, face apel mereu la stimularea creativității. Un copil care nu dorește matematică, să zicem, poate fi direcționat către ea prin zona de istorie/geografie, de exemplu. Acolo numărăm soldații sau calculăm debite de răuri și ne imaginăm câte dintre cele mai mici pot echivala cu debitul unuia mai mare, etc. Și astfel ajungem pe neașteptate în zona matematicii. În plus, orice prezentare de material din orice arie are inclusă și o lecție de limbaj, atât la nivel de vocabular, cât și referitor la alte analize de limbaj conexe.

În Montessori există și o arie de Artă și Muzică accesibilă zilnic la raft.

În plus, ceva foarte special se întâmplă la Echilibria, și anume că am transformat ziua de Vineri în ceea ce noi numim Belle Arte. Adică toată școala se transformă în ateliere de pictură, muzică-instrument, artă dramatică cu piese de teatru pe care le punem în scenă deschisă publicului pentru părinți la evenimentele școlii, confectionăm tot felul de obiecte folositoare (de la semne de carte la bijuterii sau altele de lemn care servesc în școală și în viața de zi cu zi), dansuri populare, altele.

Care sunt cele mai solicitate cursuri? Pe ce abilități se pune accent?

Totul se întâmplă interdisciplinar. Deci nu există ceva preferat decât la nivel de copil individual. Dar pot să vă spun că, în general, copiilor le plac foarte mult activitățile de Viață Practică și cursul de Preparat Mâncare, unde, în grupuri mici, prin rotație, de două ori pe săptămână, gătesc felul doi din ziua respectivă pentru toată școala.

Abilitățile sunt cele de viață și morală obiectivă. Fără acestea ne dezumanizăm. Restul vin implicit. Desigur că cei mici învață să scrie și să citească, să socotească și toate cele de bază pentru viață.

Însă punem accent pe exprimare liberă, cu sens, cu respect pentru cei din jur.

Prin experiențe repetate, copiii încep să simtă din ce în ce mai mult cum libertatea vine mereu cu responsabilitate.

De la ce vârstă minimă poate veni un copil la Echilibria Montessori Education și care este vârsta maximă? Care sunt procedurile de înscriere a copiilor?

Procedurile de înscriere sunt pe www.echilibria.ro. Noi primim copii la vârstă la care merg bine, adică circa 18 luni. Vârsta de școală elementară este între 6 și 12 ani. Începând din acest an școlar, am deschis și programul pentru copii adolescenți, pentru elevi cu vârste cuprinse între 12 și 15 ani.

Unde aveți sălile de curs?

Noi ne desfășurăm activitatea în Pipera, în clădiri tip vilă mare, cu aspect cald de familie, cu curți și grădini generoase, dar și medii



pregătite corespunzător. O sală de clasă pentru grădiniță poate avea dimensiuni de până la 90 mp, iar la școală de până la 150 mp. Este foarte important să avem spații generoase pentru ca întreg materialul educațional să fie expus la nivelul copiilor pentru a putea alege liber și a duce la loc. Materialul nu stă într-un dulap al profesorului, de unde este accesat doar de profesor când are ceva anume în program pentru toți copiii odată. Aceasta se întâmplă în școala cu predare frontală, fie ea privată sau de stat. Elevii în Montessori pot lucra oricând în orice arie sau proiect doresc și astfel au nevoie să aibă acces permanent la întreg materialul educațional atent așezat pe rafturi dispuse în toată clasa.

Cât timp durează cursurile? Care sunt costurile?

Programul general este de la 8:00 la 13:00 sau de la 8:00 la 16:00. Există și activități extracurriculare după orele 16:00 în anumite condiții.

Costul unui an școlar la grădiniță, cu absolut totul inclus (deci și hrana vegetariană și organică), este între 6.250 și 7.250 de euro, în funcție de vârstă și programul ales.

Iar costul unui an școlar pentru elevi în prezent, cu absolut totul inclus, este de 9.100 de euro.

La anul vom fi nevoiți să ajustăm cel puțin cu rata inflației.

Ce credeți că ar trebui să facă viitorul Guvern pentru a moderniza / dezvolta / reforma sistemul de educație?

Personal, cred că în condițiile actuale ale învățământului de masă, Guvernul nu are ce reforma. În opinia mea, trebuie refăcut din temelii.

O reformă ar cuprinde, în primul rând, spații de lucru mai prietenoase pentru copii, profesori care au vocație (și dâșii sunt din ce în ce mai rari).

Ar cuprinde cursuri de formare pentru adulți, pentru a deprinde calitatea de mentor în adevăratul sens al cuvântului.

Ar cuprinde o plată mai generoasă pentru profesori.

Ar cuprinde revizuirea pe de-a-ntregul a conținutului multor manuale și renunțarea la anumite materii necesare.

Ar cuprinde ore de sport zilnice.

Ar cuprinde multe activități practice pentru copii și scrisul de mână, care umanizează.

Ar interzice tonomatele din holuri, tutunul și alte substanțe nocive prezente în școli.



organizează

Forumul de concurență, francize și antreprenoriat

26 februarie 2025



Aula Carol I, Etajul 2, Palatul Camerei de Comerț
și Industrie București
Str. Ion Ghica, Nr. 4, Sector 3, București

Pentru parteneriate și înscrieri:
mircea.fica@clubantreprenor.ro

Eficiența energetică: o soluție esențială pentru IMM-uri în reducerea costurilor energetice și creșterea competitivității

În contextul economic actual, costurile ridicate cu energia reprezintă o provocare majoră pentru IMM-uri. Reducerea acestor costuri și optimizarea consumului energetic au devenit priorități pentru companiile care doresc să își asigure competitivitatea și sustenabilitatea pe termen lung. Soluțiile de eficiență energetică joacă un rol esențial, permițând IMM-urilor să adopte tehnologii moderne, să își reducă dependența de sursele tradiționale de energie și să își optimizeze procesele operaționale.

Implementarea soluțiilor de eficiență energetică aduce IMM-urilor beneficii semnificative, nu doar prin reducerea costurilor energetice, ci și prin îmbunătățirea performanței economice. Aceste soluții permit optimizarea proceselor operaționale și contribuie la diminuarea impactului asupra mediului prin reducerea emisiilor de CO2. În plus, investițiile în eficiență energetică ajută IMM-urile să răspundă cerințelor internaționale de sustenabilitate și guvernanta corporativă (ESG), consolidându-le astfel reputația în fața clienților și partenerilor de afaceri. Adoptarea unor măsuri verzi și eficiente îmbunătățește competitivitatea pe piață și sprijină dezvoltarea sustenabilă a afacerii. IMM-urile care investesc în soluții energetice moderne devin actori responsabili și inovatori, ceea ce le conferă un avantaj competitiv pe termen lung. Prin integrarea tendințelor globale de sustenabilitate și digitalizare, companiile își optimizează activitatea și se pregătesc pentru un viitor mai verde și mai eficient.

SOLUȚIILE COMPLETE OFERITE DE ADREM PENTRU IMM-URI

Adrem, cu o experiență de peste 30 de ani în domeniul energetic și o echipă de peste 1.600 de angajați la nivel național, sprijină IMM-urile în tranziția către un consum energetic mai eficient. Compania oferă soluții integrate, adaptate nevoilor fiecărei afaceri, acoperind toate etapele procesului – de la evaluarea inițială a consumului energetic, la implementarea și întreținerea soluțiilor.

Printre opțiunile disponibile se numără:

- **Panouri fotovoltaice**, pentru generarea de energie din surse regenerabile;
- **Sisteme de stocare a energiei**, care asigură o utilizare optimă a resurselor;
- **Stații de încărcare pentru vehicule electrice**, pentru un transport sustenabil;
- **Soluții alternative de încălzire și răcire**, care optimizează consumul și costurile.

Fiecare proiect este personalizat în funcție de cerințele specifice ale afacerii, asigurând un impact economic și ecologic pozitiv.

Adrem oferă sprijin pe tot parcursul procesului, eliminând barierele administrative și tehnice, astfel încât IMM-urile să se concentreze pe creșterea afacerii lor.

Prin alegerea soluțiilor Adrem, companiile beneficiază de expertiza unei echipe dedicate, de tehnologii de ultimă generație și de un angajament ferm pentru sustenabilitate. Toate acestea contribuie la reducerea costurilor energetice și la creșterea competitivității pe piață, sprijinind IMM-urile să prospere într-o economie verde.

Pentru detalii suplimentare, vizitează <https://adrem.ro/> sau contactează Adrem

prin email la eficientaenergetica@adrem.ro sau telefonic la +40732016520.

DESPRE ADREM

Grupul Adrem sprijină tranziția spre energia din surse regenerabile, prin intermediul a 3 companii, fiecare specializată pe segmente specifice de piață. Cu peste 1.600 de angajați, acoperire națională și parteneriate solide cu principalii actori din lanțul de valoare în industria energetică, Adrem asigură stabilitate, eficiență și siguranță în implementarea proiectelor. Oferim partenerilor soluții integrate, indiferent de anvergura proiectelor, acoperind o gamă largă de soluții și servicii, de la contracte EPC, la proiecte de eficiență energetică B2C. **Adrem Invest** este specializată în lucrări de dezvoltare, modernizare, digitalizare și mentenanță a rețelelor electrice și oferă servicii complete pentru rețelele de utilități, inclusiv administrarea grupurilor de măsură și managementul contorizării inteligente.

Adrem Engineering sprijină digitalizarea infrastructurii energetice românești, fiind lider pe piața locală de automatizări SCADA. Suntem contractori EPC și pionieri în implementarea soluțiilor de Enterprise Asset Performance Management & Investment Planning (EAPM/AIP) pentru operatorii de sisteme de distribuție din România.

Adrem Link își folosește experiența pentru a dezvolta și oferi soluții de eficientizare și consum inteligent, dedicate ambelor segmente B2B și B2C - soluții la cheie pentru management energetic, eficiență energetică, sisteme fotovoltaice, soluții de stocare, pompe de căldură, stații de încărcare a autovehiculelor electrice.



Soluții complete de eficiență energetică pentru businessul tău!

Ai un proiect energetic în plan? Suntem aici să te sprijinim în fiecare pas, de la concept la implementare. Hai să discutăm cum putem transforma ideile tale în soluții eficiente și durabile. Contactează-ne pentru mai multe detalii!

SCAN ME



www.eficientaenergetica.adrem.ro

Educația este despre a-i învăța pe copii cum să fie oameni mai buni, nu doar profesioniști mai buni

Interviu cu Prof. Înv. Primar Claudia Chiru

Claudia Chiru este un exemplu de dedicare și pasiune pentru educație, iar drumul său profesional reflectă o combinație armonioasă între idealurile educaționale și misiunea personală. Ca profesoară în învățământul primar și fondatoare a afterschoolului SAGA Kid, un proiect educațional inovator care s-a transformat într-un hub educațional important în România, Claudia a reușit să îmbine iubirea pentru copii cu dorința de a crea un mediu educativ de calitate. După 11 ani de experiență, ea a transformat pasiunea pentru educație într-o misiune de viață, demonstrând prin activitatea sa că succesul nu se măsoară doar în performanțe academice, ci și în caracterul și atitudinile copiilor educați. În cadrul acestui interviu, ne împărtășește viziunea sa despre educația de calitate, importanța standardelor educaționale, dar și despre inițiativele inovative pe care le dezvoltă pentru a răspunde nevoilor actuale ale copiilor.

În calitate de promotor al standardelor de calitate în educație, ce înseamnă, în viziunea dumneavoastră, educația de calitate și cum reușiți, de 11 ani încoace, să transformați această pasiune într-o misiune de viață? Care considerați că sunt principalele principii care au contribuit la succesul dumneavoastră în educație și cum ați reușit să implementați aceste valori în cadrul activităților desfășurate?

În viziunea mea educația de calitate nu înseamnă doar transmiterea de informații, ci și formarea caracterului, dezvoltarea gândirii critice și încurajarea unui spirit de autonomie. Cred că educația trebuie să fie un proces complet, care sprijină dezvoltarea fiecărui copil nu doar pe plan intelectual, ci și emoțional și social. Educația este despre a-i învăța pe copii cum să fie oameni mai buni, nu doar profesioniști mai buni.

De-a lungul celor 11 ani, am reușit să transform această pasiune într-o misiune de viață prin perseverență și angajament față de valorile fundamentale care ghidează educația de calitate. Am învățat că succesul nu vine doar din aplicarea unor metode educaționale eficiente, dar și din capacitatea de a crea un climat bazat pe empatie, respect și înțelegere reciprocă. Aceste principii stau la baza activităților mele, fie că vorbim despre



învățământul primar, activitățile extrașcolare, antreprenoriale sau evenimentele educaționale.

Așadar, succesul personal și al echipei se bazează pe o combinație de abordări inovative, implicare activă și o viziune educațională clară, care pune întotdeauna copilul și dezvoltarea lui integrală în centrul atenției. Acesta este un drum pe care l-am parcurs cu pasiune și dedicare, și sunt

recunoscătoare pentru fiecare pas înainte făcut împreună cu copiii, părinții și echipa SAGA Kid.

Cum definiți bunătatea și dăruirea în contextul educației? Ce importanță au aceste valori în programele educaționale pe care le implementați?

Bunătatea și dăruirea reprezintă esența muncii mele în educație și ceea ce mă inspiră să creez proiecte care fac diferența, atât pentru copii, cât și pentru comunitățile din jurul nostru. Cred cu tărie că fiecare copil merită o șansă egală la educație, indiferent de situația financiară a familiei sale. De aceea, la SAGA Kid sprijinim și încurajăm implicarea activă în ajutorarea copiilor defavorizați, inclusiv prin inițiative precum *Campania de bunătate*, desfășurată atât în timpul anului școlar, cât și cu ocazia sărbătorilor, campanie în cadrul căreia subliniem constant altruismul, empatia, implicarea, dăruirea și aducem împreună copii, părinți și profesori pentru a întinde o mână de ajutor celor care au cea mai mare nevoie. Prin această campanie copiii și părinții sunt implicați activ în a sprijini alți copii mai puțin norocoși, cum sunt cei de la Complexul „Casa Noastră”. Este un exercițiu de empatie și de învățare practică a valorii de a da înapoi comunității. Pentru mine educația nu se limitează la săli de

clasă, note sau manuale; este despre a construi o lume mai bună, pornind de la empatie și bunătate. Fiecare cadru didactic poate contribui, după puterile sale, la crearea unui mediu educațional în care copiii să se simtă înțeleși, sprijiniți și valoroși. Aceasta înseamnă nu doar să predăm, ci și să ascultăm, să fim acolo pentru ei, să-i ghidăm cu blândețe și să-i ajutăm să descopere frumusețea învățării și frumusețea umanității. A educa înseamnă mai mult decât a predă: înseamnă a lăsa o urmă bună în sufletul fiecărui copil. Bunătatea este, de asemenea, o componentă cheie în leadershipul pe care îl promovez la SAGA Kid, fiind un mod prin care inspir echipa să colaboreze și să fie empatică atât între colegi, cât și cu părinții și copiii.

Ce standarde considerați că ar trebui să îndeplinească un sistem educațional modern pentru a cultiva nu doar competențe, ci și caractere puternice?

Cred că un sistem educațional modern care să formeze liderii de mâine ar trebui să pună pe primul loc formarea caracterului copiilor, alături de dezvoltarea competențelor academice. Cred, de asemenea, că, înainte de a deveni un profesionist de succes, este esențial să fii, în primul rând, un om bun. Bunătatea, empatia și respectul sunt fundamentale în orice domeniu, iar educația este locul în care aceste valori pot fi cultivate de la cele mai fragede vârste.

Un astfel de sistem trebuie să îndeplinească cel puțin 4 standarde esențiale: educația centrată pe copil, programe educaționale cu impact moral, rolul modelului personal și crearea unui mediu sigur și incluziv. Fiecare elev trebuie văzut ca un individ unic, cu nevoi, talente și ritmuri proprii. Cultivarea empatiei, a responsabilității și a respectului față de diversitate contribuie la formarea unor caractere puternice. De asemenea, activitățile care promovează colaborarea, sprijinirea comunității și implicarea socială, precum cele organizate la SAGA Kid, sunt esențiale pentru a-i învăța pe copii ce înseamnă responsabilitatea față de ceilalți. Profesorii nu sunt doar transmițători de cunoștințe, ci modele de comportament. Cadrul didactic ar trebui să insuflă valori prin propriul exemplu, demonstrând bunătate, răbdare și pasiune în relația cu elevii. Elevii se pot dezvolta armonios doar dacă simt că sunt acceptați și susținuți.

Acest mediu trebuie construit pe baza valorilor de respect și echitate. Prin urmare, pentru a crește caractere puternice, sistemul educațional din România trebuie să fie mai mult decât o sursă de informație. Trebuie să devină un spațiu care încurajează autenticitatea, curajul de a fi vulnerabil și dorința de a contribui la binele celorlalți. Astfel, educația devine fundamentul unei societăți nu doar civilizate, ci și profund umane.

Ați semnalat că există copii care nu mai știu să scrie și că scrisul de mână este din ce în ce mai absent. Cum putem încuraja și promova importanța caligrafiei?

Într-adevăr, scrisul de mână este o componentă fundamentală a educației la clasele primare, având un impact profund asupra dezvoltării cognitive, emoționale și sociale a copiilor. Consider că această abilitate contribuie esențial la formarea caracterului unui copil, pentru că implică răbdare, perseverență și atenție la detalii – trăsături care se reflectă și în personalitatea sa. Un copil care scrie de mână, așadar, este un copil care învață să fie prezent, atent și, mai ales, să își exprime personalitatea într-un mod autentic și să aibă o gândire critică.

Din păcate, observ cum obiceiul scrisului de mână la clasele primare se pierde parțial din cauza creșterii utilizării dispozitivelor electronice, timpul alocat practicării scrisului de mână scăzând. În plus, presiunea academică pentru a acumula rapid informații face ca activitățile care necesită răbdare și detalii, precum caligrafia, să fie neglijate. Se pierde și obiceiul utilizării stiloului, utilizare care încurajează o prindere corectă a instrumentului de scris, ajutând la dezvoltarea motricității fine și promovând un ritm mai lent al scrierii, ceea ce favorizează concentrarea și atenția la detalii.

De aceea, recent, alături de echipa SAGA Kid am dezvoltat proiectul *Maratonul Educației*, un program inovator în care copiii învață un ritual unic de scriere caligrafică și dezvoltare a motricității fine, o abilitate crucială, deoarece controlează mișcările precise ale mâinilor, necesare nu doar pentru scris, ci și pentru activități zilnice precum legatul șireturilor, utilizarea instrumentelor de lucru sau manipularea obiectelor mici.

Cum vedeți viitorul educației în România și ce rol joacă fiecare dintre noi în acest proces?

Viitorul educației în România este unul care trebuie să fie construit pe colaborare, inovație și implicare activă din partea tuturor actorilor din societate. Cred că avem o oportunitate imensă de a transforma sistemul educațional, dar aceasta necesită viziune, responsabilitate și, mai ales, acțiune. Un sistem educațional de succes nu este doar cel care produce performanțe academice, ci cel care formează lideri empatici și cetățeni responsabili. Pentru a ajunge acolo, este esențial să investim în formarea continuă a cadrelor didactice, să promovăm metode de predare inovatoare și să creăm medii de învățare care să sprijine curiozitatea naturală a copiilor.

Fiecare dintre noi joacă un rol esențial în acest proces. Părinții trebuie să fie parteneri activi ai școlii, susținând și completând educația primită de copii. Profesorii trebuie să fie mentori, nu doar transmițători de cunoștințe, inspirând copiii să-și atingă potențialul maxim. Liderii comunității și antreprenorii pot contribui prin sprijin material, logistic și prin inițiative educaționale. Iar societatea, în ansamblu, trebuie să respecte și să sprijine educația, înțelegând că aceasta este fundamentul unei României prospere și civilizate.

La rândul meu, prin proiectele pe care le desfășor, cum este SAGA Kid, încerc să contribui la acest viitor. Este responsabilitatea noastră să fim exemple de implicare și să construim împreună un sistem educațional care să-i pregătească pe copiii de azi pentru provocările de mâine. Viitorul educației depinde de fiecare dintre noi, de micile gesturi de bunătate, de curajul de a schimba și de pasiunea de a crede că putem face lucrurile mai bine.



A fi antreprenor în România presupune să te adaptezi rapid și să fii mereu cu un pas înainte

Interviu cu Alexandra Crâșmaru, Owner, Clinica Illuma

După ce a lucrat zece ani în domeniul farma, Alexandra Crâșmaru și-a dorit să intre în zona de antreprenorat prin lansarea pe piață a unei clinici dermato - estetice care să ofere pacienților încredere și servicii de calitate. A ales să ofere clienților cele mai inovatoare tehnologii și protocoale, punând accent pe echipa cu care a pornit la drum și care s-a dezvoltat constant. Datorită creșterii și evoluției spectaculoase, Clinica Illuma s-a mutat anul acesta într-un sediu nou. Alexandra Crâșmaru, Fondator și Owner al Clinica Illuma povestește într-un interviu exclusiv pentru revista Club Antreprenor despre provocările din industrie, trenduri și planuri de viitor.

Cum a început aventura dumneavoastră antreprenorială în domeniul esteticii și care au fost cele mai mari provocări pe care le-ați întâmpinat ca antreprenor?

Aventura mea în domeniul esteticii a început din dorința de a oferi femeilor mai mult decât servicii estetice – un spațiu în care să se simtă ascultate, răsfățate și frumoase. Experiența mea din industria farmaceutică mi-a oferit o bază solidă în înțelegerea nevoilor clienților și a importanței calității. Totuși, să intru pe o piață atât de competitivă și să-mi construiesc propriul brand nu a fost ușor. Una dintre cele mai mari provocări a fost să găsesc echilibrul între investițiile financiare, păstrarea unei echipe de profesioniști și educarea clienților cu privire la importanța alegerii unor tratamente sigure și eficiente. În plus, deschiderea clinicii Illuma în plină pandemie a fost o lecție valoroasă despre reziliență și adaptabilitate.

În opinia dumneavoastră, care este "prețul" frumuseții în zilele noastre și cum se reflectă acest lucru în alegerile pe care le fac femeile în materie de intervenții estetice?

Frumusețea, în zilele noastre, vine cu un "preț" care depășește partea financiară.

Este vorba despre timpul pe care îl dedicăm îngrijirii personale, despre disciplina cu care alegem un stil de viață sănătos și, nu în ultimul rând, despre informarea corectă înainte de a lua decizii. Femeile sunt mult mai conștiente de impactul alegerilor lor, iar acest lucru se vede în tendința lor de a opta pentru intervenții care subliniază frumusețea naturală. Nu mai este vorba despre schimbări drastice, ci despre îmbunătățiri subtile, care le sporesc încrederea în sine. Totodată, ele caută servicii personalizate, care să țină cont de particularitățile fiecărei persoane.

Clinica Illuma a deschis recent un nou sediu. Care au fost motivele din spatele acestei extinderi și ce investiții majore au fost realizate în acest proiect?

Decizia de a muta clinica Illuma într-un nou sediu a venit în urma unei nevoi clare de creștere și evoluție. Fosta locație, deși a fost un început bun, devenise limitată în ceea ce privește spațiul și posibilitățile de extindere. Creșterea constantă a numărului de pacienți, dorința de a introduce noi servicii și de a oferi un mediu mai modern au fost principalele motive ale acestei schimbări. Noul sediu ne-a permis să investim în tehnologii de ultimă generație și să extindem echipa, dar și să creăm un spațiu elegant, confortabil, care să reflecte valorile noastre.

Aveți deja planuri pentru 2025? Care sunt obiectivele dumneavoastră pentru viitorul clinicii Illuma și cum plănuți să evoluati în piața esteticii?

Pentru 2025, ne dorim să consolidăm poziția Illuma ca un nume de referință în estetica medicală din România. Dacă 2024 a fost un an de investiții mari, investiții în confortul pacienților și în echipamente de top care să le ofere acestora rezultatele dorite, 2025 va fi un an de consolidare. Dorim, de asemenea, să diversificăm serviciile, să aducem tratamente inovatoare și să continuăm dezvoltarea unei abordări integrate care să îmbine estetica cu medicina preventivă. Continuăm să investim în formarea continuă a echipei și să construim noi colaborări pentru a aduce cele mai bune soluții pacienților noștri.

La ce intervenții și tratamente estetice apelează cel mai frecvent clientele din România pentru a-și menține frumusețea și tinerețea?

Româncele sunt foarte atente la aspectul lor și își doresc intervenții care să le păstreze frumusețea într-un mod cât mai natural. Cele mai populare tratamente sunt cele injectabile, cum ar fi toxina botulinică pentru reducerea ridurilor, acidul hialuronic pentru volum și conturare, dar și terapiile



La Illuma, echipa este inima clinicii. Am investit mult timp și resurse pentru a selecta profesioniști care împărtășesc aceleași valori ca și noi – empatie, profesionalism și dorința de a excela. Medicii și specialiștii noștri au o experiență vastă în domeniul esteticii medicale și sunt mereu în pas cu cele mai noi tehnologii și tehnici. Succesul clinicii se datorează colaborării și dedicării fiecărui membru al echipei, care contribuie la crearea unei experiențe complete și de calitate pentru pacienții noștri.

Ce rol joacă inovația și noile tehnologii în estetica medicală și cum plănuieți să implementați aceste inovații la Illuma?

Inovația este esențială pentru succesul pe termen lung. La Illuma, investim constant în tehnologii de ultimă generație care oferă rezultate eficiente și sigure. Planul nostru este să rămânem mereu în avangarda esteticii medicale, urmărind tendințele internaționale și participând la cursuri de specializare. De asemenea, integram soluții personalizate pentru a oferi pacienților cele mai bune rezultate.

Ce sfaturi ați oferi femeilor care își doresc să facă o schimbare estetică, dar nu sunt sigure de ce anume li se potrivește sau de ce tratament să aleagă?

Primul pas este să consulte un specialist care să le înțeleagă nevoile și să le ofere recomandări personalizate. Este important să nu se lase influențate de tendințe sau de experiențele altora, pentru că fiecare persoană are particularități unice. Aș sfătui femeile să aleagă calitatea și siguranța în detrimentul prețului și să își pună mereu întrebarea: „Această procedură mă va face să mă simt bine în pielea mea?”. La Illuma, punem mare preț pe educarea pacienților, pentru ca ele să ia decizii informate.

minim invazive precum HIFU, pentru fermitate și întinerire, care a fost și cel mai solicitat tratament de anul acesta. Tratamentele Laser CO2 sunt în continuare foarte solicitate, mai ales că a venit sezonul rece, de asemenea, observăm un interes crescut pentru tratamentele de rejuvenare a pielii, cum ar fi peelingurile chimice.

Care sunt tendințele în materie de frumusețe și estetică pentru anul 2025? Cum vedeți evoluția cererii pentru anumite tipuri de proceduri?

Pentru 2025, tendințele vor pune accent pe naturalețe și pe personalizarea tratamentelor. Procedurile minim invazive, care au rezultate rapide și fără perioade de recuperare îndelungate, vor domina piața. Totodată, estetica medicală se va îndrepta tot mai mult spre integrarea tehnologiilor avansate pentru a oferi soluții personalizate și eficiente. Cererea pentru tratamente biostimulatoare este în creștere, iar focusul va fi pe prevenție, nu doar pe corecție.

Cât de dificil este să fii antreprenor în România, în special într-un domeniu atât de competitiv precum estetica și frumusețea? Care sunt principalele provocări și oportunități?

A fi antreprenor în România presupune să te adaptezi rapid și să fii mereu cu un pas înaintea. În estetica medicală competiția este acerbă, iar piața este în continuă schimbare. Una dintre principalele provocări este menținerea calității în condițiile unei concurențe bazate adesea pe prețuri mici. Totuși, această piață oferă și oportunități uriașe – românii devin tot mai educați în privința alegerilor lor și apreciază calitatea și profesionalismul. Cheia succesului este să construiești un brand bazat pe încredere și să fii deschis la inovație.

Ne puteți spune mai multe despre echipa de specialiști și medici de la Clinica Illuma? Cum ați reușit să aduceți împreună profesioniști de top și cum contribuie echipa la succesul clinicii?

CLINICA ILLUMA

Bulevardul Mircea Eliade,
Nr. 36, Sector 1, București
0752 924 538

Program: Luni – Vineri: 08:00 – 21:00
illumaclinique.ro

Ajutăm IMM-urile să devină mai eficiente, mai competitive și să își îmbunătățească poziția pe piață

Interviu cu Alexandru Barbu, CEO, MATTEALE CONSULTING Services

Digitalizarea prin intermediul sistemelor ERP și externalizarea suportului sunt două dintre soluțiile principale care permit companiilor să-și optimizeze procesele și să reducă costurile. Cum vine MATTEALE CONSULTING Services în sprijinul IMM-urilor?

MATTEALE CONSULTING sprijină IMM-urile prin oferirea de soluții personalizate și eficiente care îmbină implementarea și sistemelor ERP cu externalizarea suportului IT. În contextul digitalizării, sistemele ERP (Enterprise Resource Planning) devin un instrument esențial pentru companiile care doresc să își gestioneze mai bine resursele, să optimizeze procesele operaționale și să îmbunătățească luarea deciziilor. Prin expertiza noastră, ajutăm IMM-urile să identifice soluțiile ERP potrivite, să le implementeze cu succes și să asigure integrarea acestora în infrastructura existentă. Oferim asistență continuă pentru a maximiza beneficiile acestor sisteme și pentru a ne asigura că ele răspund nevoilor specifice fiecărei companii.

În ceea ce privește externalizarea suportului IT, MATTEALE CONSULTING furnizează servicii fiabile și flexibile care permit companiilor să reducă costurile operaționale și să se concentreze pe activitățile lor de bază. Echipa noastră de experți preia responsabilitatea pentru mentenanța IT, securitatea datelor și gestionarea infrastructurii IT, oferind astfel IMM-urilor siguranță și predictibilitate. În plus, ne asigurăm că soluțiile implementate sunt scalabile, astfel încât să susțină creșterea afacerii pe termen lung. Prin combinația dintre digitalizare și

externalizarea suportului, MATTEALE CONSULTING ajută IMM-urile să devină mai eficiente, mai competitive și să își îmbunătățească poziția pe piață. Expertiza noastră în domeniul IT, alături de abordarea orientată spre client, asigură soluții adaptate și rezultate concrete pentru fiecare parteneriat.

Cum va schimba procesul de digitalizare atitudinea antreprenorilor și activitatea companiilor pe care le conduc?

Digitalizarea schimbă profund atitudinea antreprenorilor și activitatea companiilor prin adoptarea tehnologiilor moderne care optimizează procesele și stimulează inovarea. Antreprenorii devin mai orientați spre date, luând decizii informate și identificând noi oportunități de creștere. Companiile își eficientizează operațiunile, reduc timpul alocat sarcinilor repetitive și îmbunătățesc colaborarea și comunicarea internă. Automatizarea eliberează resursele pentru activități strategice, iar digitalizarea sprijină adaptarea rapidă la schimbările pieței. Pe termen lung, acest proces creează o cultură a inovației, transformând companiile în organizații mai eficiente, flexibile și pregătite pentru viitor.

Care sunt verticalele de business pe care vă axați? Către ce industrii vă adresați?

Nu avem o verticală definită. Noi ajutăm toate business-urile în procesul de digitalizare sau în externalizarea serviciilor IT existente în companie.

Care au fost proiectele cele mai importante pe care le-ați finalizat în ultimii ani?

Cele mai importante proiecte au fost implementarea sistemelor ERP pentru companii multinaționale, unde am încercat să îmbunătățim securitatea sistemelor dar și a proceselor.

Am avut companii ce aveau peste 30.000 de angajați.

Ce tehnologii și echipamente folosesc experții MATTEALE CONSULTING în activitatea de zi cu zi?

Ca și tehnologii în prezent folosim și Cloud dar și On-premise. Utilizăm sisteme ERP pentru gestionarea afacerii și a clienților. Pentru echipamente folosim Fortinet pentru toată infrastructura de network. Ca și sisteme ERP folosim Odoo pentru gestionarea afacerii.

Cum arată echipa pe care o coordonați și cum reușiți să faceți oamenii să se alinieze la viziunea dumneavoastră?

Echipa pe care o coordonez este formată din profesioniști cu expertiză diversificată în IT, fiecare aducând o combinație unică de competențe tehnice și abilități interpersonale.

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

Pentru a se alătura echipei noastre, un inginer software sau alt specialist trebuie să

îndeplinească mai multe condiții care asigură compatibilitatea cu valorile și obiectivele organizației:

Competențe Tehnice Solide:

Experiență în tehnologii relevante (cum ar fi limbaje de programare, framework-uri, sau instrumente utilizate în proiectele noastre) este esențială. Cunoașterea soluțiilor ERP, cloud computing sau securitate IT poate fi un avantaj.

Abilități de Colaborare și

Comunicare: Este important ca viitorii membri ai echipei să poată lucra eficient într-un mediu colaborativ, să comunice clar și să contribuie la soluționarea provocărilor în echipă.

Orientare Spre Rezultate: Ne dorim oameni care sunt dedicați obținerii rezultatelor și care înțeleg impactul muncii lor asupra clienților și asupra succesului organizației.

Adaptabilitate și Dorință de

Învățare: Domeniul IT este într-o continuă schimbare. Căutăm specialiști care sunt deschiși la noi provocări, interesați de învățare continuă și capabili să se adapteze rapid la tehnologii și metodologii noi.

Etică Profesională și Angajament:

Integritatea, respectul pentru colegi și angajamentul față de proiecte sunt valori fundamentale pe care le promovăm în echipă.

Potrivire cu Valorile Organizației:

Ne dorim ca membrii echipei să fie aliniați la viziunea noastră de a oferi soluții inovatoare și să împărtășească pasiunea pentru excelență și satisfacția clientului. Procesul nostru de recrutare include evaluarea cunoștințelor tehnice, interviuri pentru a înțelege motivația și perspectiva candidatului, precum și discuții despre cultură organizațională pentru a ne asigura că există o potrivire reciprocă.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră? Ce alte industrii / domenii au potențial de creștere, în sensul că vor avea nevoie de serviciile voastre?



Avem clienți ce provin din următoarele industrii: Aviație, consultanță, agricultură, healthcare și Finance.

Ce strategie aveți pentru atragerea altor clienți?

Strategia noastră pentru atragerea altor clienți se bazează pe o combinație de metode eficiente, orientate spre înțelegerea nevoilor pieței și crearea unei experiențe pozitive pentru clienți. Iată principalele direcții pe care le urmăm:

1. **Recomandări și Reputație:** Punem accent pe calitatea serviciilor oferite, care determină clienții existenți să ne recomande. Oferim soluții

“
Așteptăm ca instituțiile locale și centrale să abordeze procesul de digitalizare cu responsabilitate și angajament, valorificând oportunitățile oferite de PNRR pentru a crea un mediu digital eficient și incluziv.

personalizate și sprijin constant, ceea ce ne ajută să construim o reputație solidă în piață.

2. **Marketing Digital:** Utilizăm strategii de marketing digital, cum ar fi optimizarea site-ului pentru motoarele de căutare (SEO), publicitate online, și conținut valoros (articole, studii de caz, webinarii) pentru a atrage atenția companiilor interesate de digitalizare și soluții ERP.
3. **Parteneriate Strategice:** Dezvoltăm parteneriate cu alte companii și organizații din domenii complementare pentru a identifica noi oportunități de colaborare și a extinde baza noastră de clienți.
4. **Prezența la Evenimente și Conferințe:** Participăm activ la



evenimente de business, tehnologice și conferințe de specialitate pentru a ne crește vizibilitatea și a intra în contact direct cu potențiali clienți.

5. Pachete Flexibile și Demonstrații Practice: Oferim pachete de servicii flexibile, adaptate nevoilor IMM-urilor, precum și demonstrații gratuite ale soluțiilor noastre pentru a le arăta concret beneficiile.
6. Educație și Informare: Punem accent pe educarea pieței prin furnizarea de informații despre importanța digitalizării, implementării ERP și externalizării IT. Astfel, construim încredere și ne poziționăm ca experți în domeniu.
7. Abordare Personalizată: Fiecare client este unic, iar soluțiile noastre sunt adaptate la nevoile și obiectivele specifice ale fiecărei companii. Această abordare personalizată face diferența în atragerea și fidelizarea clienților.

Prin aceste strategii, ne asigurăm că nu doar atragem clienți noi, ci și construim relații durabile bazate pe încredere și rezultate concrete.

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

Având în vedere evoluția actuală și investițiile planificate prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR), așteptările noastre de la instituțiile locale și centrale în privința procesului de digitalizare sunt următoarele:

1. Implementarea eficientă a proiectelor de digitalizare: Ne așteptăm ca autoritățile să gestioneze și să implementeze proiectele de digitalizare conform calendarului stabilit, asigurând utilizarea optimă a fondurilor alocate prin PNRR. De exemplu, Ministerul Cercetării, Inovării și Digitalizării a lansat apeluri de proiecte pentru transformarea digitală a administrației publice și a altor sectoare.
2. Transparență și comunicare: Este esențial ca instituțiile să mențină o comunicare deschisă cu cetățenii și mediul de afaceri, oferind informații

clare despre stadiul proiectelor și modul în care acestea vor îmbunătăți serviciile publice.

3. Colaborare interinstituțională: Pentru a evita fragmentarea și a asigura interoperabilitatea sistemelor, instituțiile trebuie să colaboreze strâns, atât la nivel local, cât și central. Proiecte precum Cloud-ul Guvernamental, finanțat prin PNRR, necesită o coordonare eficientă între diverse entități.
4. Sprijinirea sectorului privat și a IMM-urilor: Autoritățile ar trebui să faciliteze accesul companiilor la fonduri și resurse pentru digitalizare, oferind ghiduri clare și simplificând procedurile de aplicare. De exemplu, Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene a publicat ghiduri specifice pentru accesarea fondurilor destinate digitalizării IMM-urilor.
5. Dezvoltarea competențelor digitale: Investițiile în formarea profesională și educația digitală sunt cruciale pentru a asigura succesul pe termen lung al inițiativelor de digitalizare. Programele de perfecționare și recalificare ar trebui să fie accesibile și adaptate nevoilor actuale ale pieței muncii.

În concluzie, așteptăm ca instituțiile locale și centrale să abordeze procesul de digitalizare cu responsabilitate și angajament, valorificând oportunitățile oferite de PNRR pentru a crea un mediu digital eficient și incluziv.

DESPRE MATTEALE CONSULTING

Fondată în 2020, Matteale Consulting este o companie specializată în servicii și consultanță SAP, servicii de infrastructură IT, CLOUD, realizare site-uri web și aplicații mobile. Compania utilizează tehnologiile SAP pentru a eficientiza operațiunile, îmbunătățind performanța afacerii clienților. Viziunea Matteale Consulting este de a-i înzestra pe antreprenori cu capacitatea de a transforma procesele lor de afaceri, de a impulsiona inovația și de a obține succes pe termen lung prin puterea soluțiilor SAP. Echipa Matteale Consulting este alcătuită din consultanți cu o experiență vastă în diferite module SAP, inclusiv: SAP S/4HANA; SAP Business One, SAP Business Objects, SAP Fiori, MM/MM, FICO și HR.

Bine ați venit la Perfect Royal Events – creatorii de evenimente de neuitat

Transformăm fiecare moment într-o amintire de neprețuit.

Într-o lume a evenimentelor unde fiecare detaliu contează, Perfect Royal Events a devenit sinonim cu excelența. Cu o experiență de peste 12 ani în organizarea de evenimente private și corporate, am reușit să definim un standard al calității, oferind soluții personalizate care depășesc mereu așteptările clienților noștri. Fie că este vorba de o nuntă de vis, un botez plin de farmec, o aniversare memorabilă sau un eveniment corporate de impact, echipa Perfect Royal Events este dedicată creării unor experiențe unice, adaptate perfect nevoilor și dorințelor fiecărui client.

EXPERIENȚA CARE FACE DIFERENȚA

Într-un sector dinamic, unde fiecare eveniment este o oportunitate de a construi o imagine durabilă, Perfect Royal Events oferă mai mult decât servicii de organizare – oferim soluții complete și personalizate care reflectă cu fidelitate viziunea fiecărui client. Colaborăm îndeaproape cu fiecare companie sau persoană pentru a înțelege esența dorințelor sale și pentru a transforma aceste idei în realitate. Avem o abordare inovativă și eficientă, menținând în același timp un standard înalt de calitate, indiferent de complexitatea proiectului.

PROFESIONALISMUL CA VALOARE FUNDAMENTALĂ

În cadrul Perfect Royal Events, profesionalismul nu este doar un cuvânt – este fundamentul fiecărei acțiuni. Echipa noastră este compusă din experți cu o vastă experiență în domeniu, fiecare fiind dedicat îndeplinirii celor mai înalte standarde. Atenția la detalii și angajamentul față de livrarea unui eveniment impecabil sunt trăsături care ne definesc. Fiecare proiect este tratat cu respect, dedicare și eficiență,

asigurându-ne că fiecare aspect al evenimentului reflectă perfect tematica aleasă și valorile clientului nostru.

UN PARTENERIAT BAZAT PE ÎNCREDERE ȘI FLEXIBILITATE

Suntem mai mult decât o agenție de organizare de evenimente – suntem partenerii care vă susțin și vă ghidează la fiecare pas al procesului. Relația noastră cu fiecare client se bazează pe comunicare deschisă și flexibilitate maximă. Ne adaptăm rapid cerințelor pieței și ne asigurăm că suntem întotdeauna disponibili pentru a răspunde oricăror întrebări sau nevoi care apar pe parcursul planificării. Indiferent dacă sunteți la începutul călătoriei de organizare a unui eveniment sau aveți nevoie de asistență în etapa finală, Perfect Royal Events este întotdeauna la un apel distanță.

SERVICII PERSONALIZATE PENTRU FIECARE TIP DE EVENIMENT

Perfect Royal Events își propune să transforme fiecare eveniment într-un moment de neuitat, indiferent de tipul acestuia. De la nunți de poveste, botezuri magice și aniversări de neuitat, până la evenimente corporate de prestigiu, fiecare proiect este abordat cu aceeași pasiune și atenție la detalii. Oferim soluții personalizate care respectă cu strictețe bugetele și termenele stabilite, iar echipa noastră se asigură că fiecare element al evenimentului reflectă în mod fidel dorințele clientului.

Pentru companiile care doresc să-și întărească brandul prin evenimente de impact, Perfect Royal Events oferă pachete adaptabile pentru conferințe, seminarii, lansări de produse și petreceri corporate,



garantând succesul fiecărei întâlniri de afaceri.

MAI MULT DECÂT UN EVENIMENT: O EXPERIENȚĂ MEMORABILĂ

Fiecare detaliu al evenimentului va fi gândit și pus în practică cu meticulozitate, iar rezultatul final va depăși cu siguranță așteptările. La Perfect Royal Events, nu doar organizăm evenimente – creăm momente care rămân în memoria celor care le trăiesc. Fiecare aniversare, fiecare nuntă, fiecare petrecere tematică este mai mult decât o simplă reuniune – este o oportunitate de a celebra viața și realizările într-un mod unic și personalizat.

Petrecere? Rafinament? Stil?

Perfect Royal Events –
We Create Memories!

www.petreceriperfecte.ro

Printr-un proces decizional rapid și bine fundamentat, PALD Engineering optimizează resursele și asigură finalizarea lucrărilor la cele mai înalte standarde de calitate

Interviu cu Dorel Duliga, CEO, PALD Engineering

Experiența vastă acumulată în numeroasele proiecte pe care le-a implementat, i-a adus companiei PALD Engineering renumele de partener de încredere pentru clienți și colaboratori, capabil să gestioneze proiecte complexe de instalații industriale, civile și tehnologice. În decursul activității, și-au consolidat statutul de experți în instalații, care dețin cunoștințele și expertiza necesare pentru a acoperi cu succes întreaga ramură a domeniului de activitate, de la consultanță la execuție.

Analizează și oferă soluții care îmbunătățesc fiecare lucrare atât din punct de vedere tehnic, cât și financiar. Concep proiecte care asigură funcționalitatea și durabilitatea instalațiilor și se adaptează perfect spațiilor. Coordonează fiecare stadiu al proiectului atât din punct de vedere financiar și logistic, cât și în privința relației cu furnizorii. Gestionează implementarea proiectelor și iau decizii în timp real, pentru a asigura continuitatea lucrărilor în condiții optime.

Compania PALD Engineering a pornit din Timișoara și, datorită capacității de a plia resursele și expertiza pe specificul fiecărui client, portofoliul de lucrări include astăzi orașe precum Arad, Oradea, Brașov, Roman, Ploiești, Câmpina, Cluj și București. Și nu s-au oprit aici, ci au depășit granițele țării cu lucrări desfășurate în Polonia, Ungaria și Slovacia. Echipa de experți PALD Engineering are capacitatea de a planifica lucrările până în cele mai mici detalii, pentru a se plia perfect pe buget, spațiu și timp de lucru, cât și capacitatea de a răspunde în timp real cu soluții adaptate la nevoile partenerilor.

În exclusivitate pentru revista Club Antreprenor, un interviu cu Dorel Duliga, CEO-ul companiei PALD Engineering.

PALD Engineering este o companie cu activitate în proiecte complexe de instalații industriale, civile și tehnologice. Cum apreciați evoluția firmei, în 2024?

În 2024, PALD Engineering continuă să își consolideze poziția pe piață, având o evoluție pozitivă în contextul proiectelor complexe de instalații industriale, civile și tehnologice. Compania a reușit să-și extindă portofoliul de proiecte, abordând provocări din diverse domenii și implementând soluții care răspund nevoilor clienților. Echipa noastră a demonstrat un angajament constant față de calitate și eficiență, ceea ce a dus la îmbunătățirea proceselor interne și la creșterea satisfacției clienților. Privind spre viitor, suntem încrezători că aceste eforturi vor continua să contribuie la dezvoltarea firmei, promovându-ne ca un lider de încredere în domeniul instalațiilor industriale și tehnologice.

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

În ultimii ani, PALD Engineering a derulat mai multe proiecte reprezentative, care reflectă atât diversitatea, cât și complexitatea lucrărilor abordate. Printre acestea se numără: executarea instalațiilor pentru noile cămine studențești, în colaborare cu antreprenorul general Concelex pentru Universitatea de Vest din Timișoara, modificarea traseelor rețelilor de distribuție a gazelor naturale și extinderea rețelilor de alimentare cu apă, canalizare menajeră și pluvială în Municipiul Reșița, realizate împreună cu CEETRUS România și stația de biogaz din Cordon, județul Neamț – Proiect pentru SC Genesis Biotech SRL. Prin aceste proiecte am participat la construirea de infrastructură

academică, la modernizarea rețelilor publice de distribuție a gazelor naturale și extinderea rețelilor de alimentare cu apă, canalizare menajeră și la eficientizarea energetică.

Serviciile PALD Engineering acoperă cu succes întreaga ramură a domeniului de activitate, de la consultanță și proiectare, la coordonare și execuție. Care sunt cele mai solicitate servicii?

Cel mai important serviciu oferit de PALD Engineering este execuția lucrărilor, realizată cu un accent deosebit pe controlul costurilor și o coordonare eficientă a proiectelor. Acest model integrat de lucru ne permite să răspundem cerințelor complexe ale clienților, asigurând respectarea termenelor și livrarea unor lucrări de înaltă calitate. Printr-o abordare atentă a



Cum vă motivați și stimulați echipa de angajați? Ce investiții realizați în pregătirea profesională a angajaților?

Considerăm că succesul companiei depinde în mare măsură de motivația și performanța echipei noastre, astfel că investim constant în dezvoltarea profesională și personală a angajaților. Ne concentrăm pe crearea unui mediu de lucru care să inspire, să stimuleze inovația și să promoveze colaborarea. Pentru a asigura implicarea și satisfacția echipei, implementăm un sistem de recunoaștere a performanțelor individuale și de echipă. Totodată creăm un mediu de lucru care stimulează inovația și colaborarea, oferind beneficii atractive, cum ar fi abonamente la săli de fitness, pentru a încuraja un stil de viață sănătos, și organizarea periodică de teambuilding-uri, menite să consolideze relațiile între colegi și să dezvolte spiritul de echipă.

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

Digitalizarea activității este extrem de importantă pentru business-ul nostru, având un impact semnificativ asupra eficienței, transparenței și competitivității. Într-o lume în continuă schimbare, adoptarea tehnologiilor digitale ne permite să optimizăm procesele interne, să reducem costurile și să îmbunătățim calitatea serviciilor oferite. Prin implementarea soluțiilor digitale, cum ar fi managementul proiectelor prin software specializat, modelarea informației pentru clădiri (BIM) și instrumentele de automatizare, putem asigura o coordonare mai bună între echipe, o planificare mai precisă și o comunicare mai eficientă. Acest lucru contribuie, de asemenea, la îmbunătățirea timpilor de reacție și la creșterea

fiecărei etape, gestionăm implementarea proiectelor și luăm decizii în timp real, pentru a garanta continuitatea lucrărilor în condiții optime, chiar și în fața provocărilor neprevăzute. Pe lângă execuția lucrărilor, serviciile noastre includ proiectare, consultanță tehnică și management integrat al proiectelor. Clienții solicită tot mai frecvent soluții complete, care să

integreze tehnologiile moderne și să fie eficiente din punct de vedere al costurilor și al energiei. Printr-un proces decizional rapid și bine fundamentat, PALD Engineering optimizează resursele și asigură finalizarea lucrărilor în mod sustenabil și la standarde ridicate. Astfel, rămânem un partener de încredere pentru clienții care caută soluții complete și adaptate specificului fiecărui proiect.

“Digitalizarea activității este extrem de importantă pentru business-ul nostru, având un impact semnificativ asupra eficienței, transparenței și competitivității.

satisfacției clienților. Digitalizarea ne oferă, de asemenea, posibilitatea de a colecta și analiza date, facilitând luarea deciziilor informate și adaptarea rapidă la schimbările din piață. În plus, adoptarea unor soluții digitale sustenabile ne aliniază viziunii de dezvoltare durabilă, prin reducerea impactului asupra mediului și utilizarea mai eficientă a resurselor.

Cât de importantă este dezvoltarea sustenabilă pentru PALD Engineering și cum se reflectă acest lucru în proiectele pe care le realizați?

Sustenabilitatea este un principiu fundamental pentru PALD Engineering, compania implementând diverse practici menite să promoveze dezvoltarea durabilă în proiectele sale. Aceste inițiative includ accentul pe eficiența energetică, utilizarea surselor regenerabile de energie, precum și gestionarea responsabilă a deșeurilor și resurselor durabile. Toate aceste elemente sunt integrate în proiectele companiei, demonstrând angajamentul său față de protejarea mediului și reducerea impactului negativ asupra acestuia. În plus, PALD Engineering observă un trend ascendent în Europa în direcția instalării sistemelor cu amprentă redusă de mediu, iar proiectele realizate se aliniază acestor tendințe, atrăgând totodată tot mai mulți investitori interesați de sustenabilitate. Astfel, PALD Engineering se remarcă prin adoptarea unor practici durabile și contribuie activ la promovarea unui viitor eco-friendly în sectorul construcțiilor.

Cu ce furnizori globali și locali aveți parteneriate?

PALD Engineering colaborează cu un număr variat de furnizori, atât globali, cât și locali, ceea ce ne permite să oferim soluții diverse și

eficiente pentru proiectele noastre. Printre furnizorii locali se numără DANFOSS SRL, FISCHER FIXINGS ROMANIA SRL, FLAKTGROUP ROMANIA SRL, HILTI ROMANIA S.R.L, MEIERGUSS SALES & LOGISTICS, RUCK VENTILATOARE SRL, TERAPLAST S.A., GEBERIT, WILO și Kludi. Acești parteneri locali ne oferă suport și produse de calitate, adaptate nevoilor specifice ale pieței din România. În ceea ce privește furnizorii globali, colaborăm cu branduri de prestigiu, cum ar fi SAMSUNG ELECTRONICS AIR CONDITIONER, care sunt recunoscute pentru inovațiile și standardele lor înalte în domeniul instalațiilor. Aceste parteneriate ne asigură accesul la cele mai recente tehnologii, produse de calitate superioară și soluții adaptate cerințelor din industrie, contribuind astfel la succesul proiectelor noastre.

Cum vedeți dezvoltarea sectorului de construcții și infrastructură, în perioada următoare?

Dezvoltarea sectorului de construcții și infrastructură în perioada următoare se preconizează a fi influențată de o serie de factori cheie. În primul rând, ne așteptăm ca cererea pentru infrastructură modernă și eficientă să crească, datorită nevoilor de urbanizare și a tendințelor de dezvoltare durabilă. Proiecte în domenii precum energii regenerabile, infrastructură de transport și clădiri ecologice vor fi priorități esențiale. De asemenea, digitalizarea și adoptarea tehnologiilor de construcție avansate, cum ar fi modelarea informației pentru clădiri (BIM) și automatizarea proceselor, vor transforma modul în care sunt gestionate proiectele. Aceste tehnologii nu numai că vor îmbunătăți eficiența, dar vor contribui și la creșterea calității

Considerăm că succesul companiei depinde în mare măsură de motivația și performanța echipei noastre, astfel că investim constant în dezvoltarea profesională și personală a angajaților. Ne concentrăm pe crearea unui mediu de lucru care să inspire, să stimuleze inovația și să promoveze colaborarea.

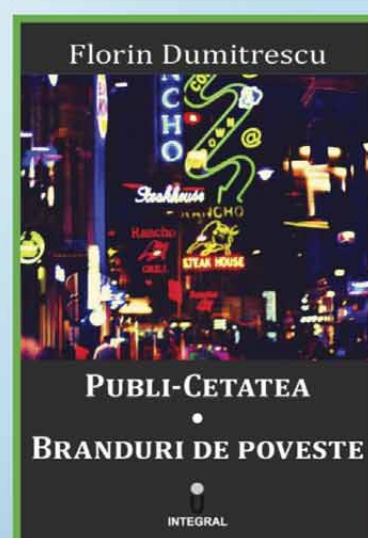
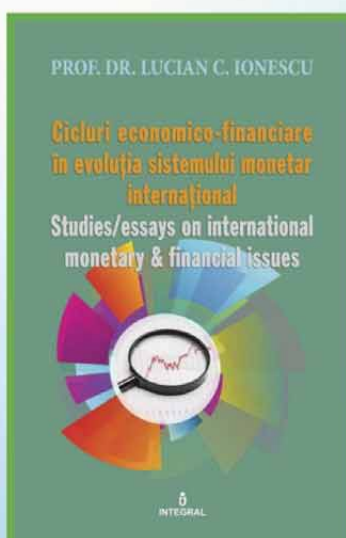
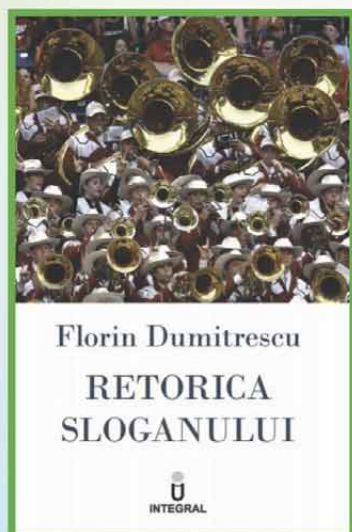
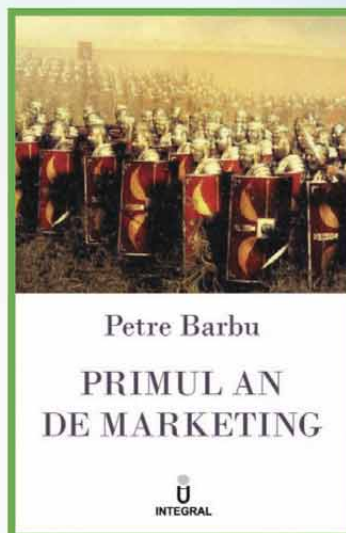
lucrărilor executate.

În plus, investițiile publice și private în infrastructură, susținute de fondurile europene și de inițiativele guvernamentale, vor juca un rol crucial în stimularea creșterii sectorului. Aceste aspecte, împreună cu o conștientizare tot mai mare a importanței dezvoltării durabile, sugerează că sectorul de construcții și infrastructură va continua să evolueze și să se adapteze la cerințele economice și sociale ale viitorului. În concluzie, considerăm că dezvoltarea sectorului de construcții va fi una dinamică și plină de oportunități în următorii ani, oferind o bază solidă pentru creșterea economică și îmbunătățirea calității vieții.

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

Parteneriatul eficient între autoritățile locale, executiv și consultanți este esențial pentru maximizarea accesării fondurilor disponibile și pentru asigurarea unui timp rezonabil în realizarea investițiilor. O colaborare strânsă între aceste entități poate genera sinergii valoroase, facilitând identificarea oportunităților de finanțare și planificarea strategică a proiectelor. Autoritățile locale pot oferi o înțelegere aprofundată a nevoilor comunității, în timp ce consultanții aduc expertiza necesară pentru redactarea propunerilor și gestionarea aplicațiilor de fonduri. De asemenea, execuția eficientă a proiectelor depinde de implicația activă a autorităților în coordonarea și monitorizarea derulării lucrărilor. Mai multe detalii despre activitatea companiei **PALD Engineering, pe pald.ro**.

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI



Erica ne arată unde trebuie să creștem

Interviu cu **Vadim Țurcanu**, antreprenor și co-fondator al procesului UncageX

Vadim Țurcanu este antreprenor, trainer licențiat de meditație și respirație HoloSomatică, formatorul procesului accelerat de depășirea fricilor și regăsirea sinelui autentic. Vadim Țurcanu este fondatorul comunității UncageX, în cadrul căreia se organizează ședințe de coaching pentru tinerii antreprenori. Vadim Țurcanu este și autorul cărții „Pe cont propriu”, o poveste plină de viață în care relatează despre cele șase luni ale călătoriei sale din Europa de Est la Londra și oferă o perspectivă captivantă asupra experienței de emigrant. Motivată de propria transformare, reușind ca dintr-un emigrant ilegal, fără bani și slujbă, să devină un om de afaceri de succes, Vadim Țurcanu îi inspiră pe ceilalți să profite de experiența lui. El le împărtășește cititorilor calea propriei sale evoluții, pentru a le da curaj să-și urmeze visurile. Într-un interviu exclusiv pentru revista Club Antreprenor, Vadim Țurcanu a ales să vorbească sincer despre transformare, depășirea condiției, antreprenariat, carte și proiectul de succes UncageX.

Călătoria ta personală este o sursă de inspirație pentru mulți. Care au fost momentele cheie din călătoria ta, de la emigrantul ilegal până la antreprenor de succes?

În călătoria mea am avut trei momente cheie. Primul a fost momentul în care, descoperind cărțile de dezvoltare personală, am realizat că există mai multe posibilități pentru mine decât viața ilegală. Eram într-o țară străină, fără abilități, conexiuni sau bani, dar acel moment a fost ca o scânteie care mi-a aprins speranța. În plus, nașterea primului meu copil a devenit motivația care mi-a oferit curajul să schimb complet traiectoria vieții mele și să aleg o cale legală, chiar dacă nu știam cum să încep.

Al doilea moment cheie a venit atunci când am atins succesul financiar. Aveam o afacere de milioane în Londra, o familie frumoasă și primisem recunoaștere publică pentru prima mea carte. Dar, cu toate acestea, simțeam un gol inexplicabil în interior. Într-o zi, după ce mi-am cumpărat un ceas de lux, îndată ce l-am pus pe mână, plăcerea a durat exact 3 minute. Urmărind că nimic nu-mi aducea răspunsul căutat, la întrebarea pe care nici nu știam cum să o formulez, am decis să mă retrag de la conducerea afacerii și să caut răspunsuri mai profunde. Această căutare m-a condus către conștientizarea nevoilor sufletești pe care le ignorasem.

Al treilea moment a fost transformarea completă, când am descoperit ce înseamnă să trăiesc în alinieră cu inima mea. În timpul unei sesiuni de terapie experiențială, am simțit o claritate absolută despre cât de mult m-am pierdut și cât de mult am rănit pe cei mai dragi oameni până acum... inclusiv pe sine. A fost momentul în care am decis să-mi dedic viața, să găsesc un mod de a fi altfel - să găsesc echilibrul între sine, familie și activitate. Această chemare s-a concretizat prin procesul UncageX, iar rezultatele obținute de mine și de sute de oameni m-au convins că această este calea mea.

Cum ai reușit să îți transformi fricile în oportunități și ce rol a avut procesul UncageX în acest demers?

Marea majoritate a vieții mele am trăit în frică. Îmi amintesc clar frica de a vorbi în fața clasei din cauza bătăliilor mele, frica zilnică de sărăcie sau rușinea că eram diferit. Ce am învățat și ce predau acum este că frica nu dispare fugind de ea, ci confruntând-o. Un moment cheie a fost când am decis să înfrunt frica de vorbit în public. Am început cu pași mici - am început să nu mai fug, să sun, am mers la întâlniri unde este nevoie să vorbesc - am început să pășesc zilnic "în gura lupului". Procesul UncageX este construit exact pe

acest principiu. De exemplu, am avut un participant care era un terapeut pentru cupluri, de ceva timp dorea să iasă mai mult online ca să-și ofere serviciile, dar de 9 luni, nici o tehnică psihologică știută nu o ajuta. Îndată după experiența dedicată depășirii fricilor a pus 4 video-uri online - ea vorbește despre aceasta într-un interviu de pe YouTube (căutați Irina Marghelan Weekendul UncageX). Tehnicile neobișnuite pe care le folosim combinate cu ghidarea personalizată, oferă o traiectorie clară pentru oricine dorește să-și depășească fricile. Acest lucru m-a ajutat să depășesc frica de vorbire chiar în fața clasei căci voi fi luat în râs de bălbâiala mea, și ajung să fiu un speaker, să vorbesc în fața mii de oameni. M-a ajutat să depășesc frica de critică și opinia altora și să public cinci cărți, chiar dacă nu am citit nicio carte în întregime până la 24 ani. M-a ajutat să creez afaceri reușite, chiar dacă nu aveam educație, bani sau conexiuni.

Cartea ta, „Pe Cont Propriu,” reflectă experiența unui emigrant. Ce lecții ai învățat despre adaptabilitate și reziliență, pe care le-ai integrat în cariera ta antreprenorială?

Am învățat că dorința de a crește trebuie să vină din motivația adevărată, care iese din inimă, și care servește toate trei aspecte -

sine, familia/relația, și ceilalți. Și dacă nu este cazul, motivația sau puterile se sfârșesc rapid. Când omul este sincer cu sine și dorința de a oferi vine din inimă, din puterile proprii adevărate, că nu există limite pe care să nu le poți atinge. Aceasta face ca o mamă să sacrifice tot pentru a duce o sarcină apoi să îngrijească 24/7 de copilul său, fără somn, prin durere, prin epuizare. Aceasta face că doi tineri să știe cum să găsească bani și să organizeze cea mai frumoasă sărbătoare în viața lor (o nuntă). Aceasta face ca un părinte, chiar dacă nu știe sau nu are educația necesară, să găsească resursele pentru copilul său când este nevoie, mai bine decât cineva specializat în găsirea resurselor. Cred că cunoașterea sinelui și găsirea motivației rezonante sunt cheia ce deschide porțile către realizări care par imposibile.

Cum definești autenticitatea și de ce este atât de important să îți descoperi sinele autentic, mai ales în lumea antreprenoriatului?

Autenticitatea este cheia spre cunoașterea propriei căi - cine ești și spre ce mergi - deschizând accesul la resursele inexplicabile despre care am exprimat mai sus. Când omul este în adevăr, eu cred că el se deschide către ajutorul însuși de la Dumnezeu - totul îi vine în cale în momentul potrivit. Cred că despre asta se zice în sfânta scriptură, când se spune despre sămânța pe care fiecare trebuie să o planteze în sol fertil. Când ești autentic, atragi oameni care rezonează cu tine și construiești relații bazate pe încredere. Este mai bine să ai parteneri și clienți puțini, dar aliniați, decât mulți, dar nepotriviți.

Cum le recomanzi tinerilor antreprenori să facă față provocărilor inițiale și cum își pot construi o mentalitate de succes?



Recomand fiecărui antreprenor să își dedice timp zilnic pentru introspecție. Acest obicei m-a ajutat să identific cele mai mari oportunități ale mele, chiar și în momentele de nesiguranță. De asemenea, sfătuiesc să vadă fricile și provocările ca pe niște indicii. Când am simțit frică intensă legată de prima mea afacere, am știut că aceasta este calea corectă. Frica ne arată unde trebuie să creștem.

Comunitatea UncageX este un spațiu de coaching dedicat tinerilor antreprenori. Ce principii esențiale învață aceștia de la tine în cadrul acestui proces?

Ceea ce oferă procesul UncageX este accesul puterilor și clarității interioare prin modalități de depășire a gălăgiei exterioare și iritării interioare, ca fiecare să-și

“Când ești autentic, atragi oameni care rezonează cu tine și construiești relații bazate pe încredere. Este mai bine să ai parteneri și clienți puțini, dar aliniați, decât mulți, dar nepotriviți.”

poată vedea puterea și autenticitatea unică. Să-și poată vedea lumina interioară cu care a fost înzestrat însuși de Creator. Ca apoi să poată fi ghidat de sine. Noi o numim Măiestria Sinelui Un An Cât Zece - este o școală a sinelui, exact precum ar fi școala de conducere pentru mașina, doar că aici este despre sine. Eficacitatea acestui proces constă în faptul că, exact ca într-o școală de șoferie, fiecare participant are acces la informația necesară în ordinea necesară, pașii practici care sunt adaptați pentru sine, și o ghidare personalizată.

În calitate de trainer certificat în respirație și meditație HoloSomatică, cum vezi legătura dintre sănătatea mentală și succesul antreprenorial?

Scopurile omului, acțiunile și obiceiurile lui sunt inițial create de starea sa interioară. De aceea, acesta este primul și cel mai important lucru pentru antreprenor.

1. Pentru că este dovedit că omul va decide să-și dorească, chiar să accepte, pe măsură ce crede că merită.
2. Pentru că omul care simte că este cineva, care simte că merită și poate mai mult, va dori și va obține mai mult. Precum cel care merge pe jos și cel care merge pe bicicletă vor seta diferite obiective și scopuri. De aceea este important să te vezi.
3. Sănătatea și stabilitatea interioară sunt cheia pentru energie și motivație continuă către orice scop propus.

Am descoperit că practicile de respirație oferă nu doar o igienă bună psiho-fizică, dar și eliberarea blocajelor vechi care impactează starea și percepția de sine.

Cum ai integrat principiile de respirație și meditație în viața ta personală și profesională, și ce impact au avut asupra afacerilor tale?

O perioadă lungă am fost foarte sceptic despre meditație și toate practicile de auto-gestionare. Nu vedeam sensul și nu le vedeam ca pe ceva productiv “de ce să fac ceva ce nu-mi aduce rezultate vizibile, pe când aş putea face ceva ce ‘trebuie’ practic?!”

Urmărind oamenii de succes pe care îi admirăm, observam că peste 70% din ei practică meditația și am dorit să încerc. Dar nu mi-a reușit. Am încercat 5 ani la rând fără succes. Doar după ce am intrat mai adânc, am eliberat greutatea emoțională care-mi creau ‘gălăgia’ în interior, am început să înțeleg simt și să înțeleg aceste practici. A fost nevoie să dezvolt un proces unic pentru mine să mă învăț să meditez, căci ceea ce găseam până atunci era prea avansat și de neperceput pentru mine. Aceste practici au devenit pentru mine precum spălătul pe dinți, și mai mult decât atât, simt diferența mare în zilele când nu le-am făcut. Mă ajută extrem de mult în claritatea și stabilitatea minții, pregătindu-mă pentru ziua care urmează. Îmi ajută să fiu în energie bună și stabilă pe tot parcursul zilei. Îmi ajută să fiu conectat cu prioritățile mele și cu sarcinile zilei de cea mai mare valoare.

În calitate de speaker și formator în cadrul Cercului Masculin, ce rol joacă comunicarea eficientă în relațiile de afaceri și personale?

În primul rând, reușita relației și afacerii depinde de colaborarea și înțelegerea dintre părți. Este imposibil de atins un scop comun când părțile nu sunt sincronizate, ba chiar invers - fiecare trage în partea în care crede că este bine, și din acest motiv creșterea devine nu doar imposibilă, dar se transformă într-o amintire despre o experiență grea și dureroasă. Pentru a atinge o sincronicitate, în aceste două aspecte cheie ale vieții fiecăruia, omul are nevoie să învețe nu doar o comunicare onestă și clară, dar și să asculte cu răbdare. Și pentru a atinge această, nu este destul să înveți tehnici de comunicare, dar, în primul rând, să devii un om care știe ce are nevoie și să aibă curajul să expună aceasta. După ce are acea stabilitate, tehnicile vin utile. Căci am întâlnit cu toții oameni care vorbesc frumos, dar neplăcuți, totodată și



din oameni care nu vorbesc neapărat frumos, dar ai o experiență extraordinară cu ei.

Ce sfat le-ai da antreprenorilor care se află la început de drum și se simt copleșiți de incertitudini sau frici legate de viitor?

Este normal pentru toți să simțim frică, să vedem lipsa, să avem critică de sine, să întâlnim provocări. Minte este construită în așa fel încât să observe toate acestea pentru a ne proteja de ‘pericol’. Încearcă să scaneze spațiul pentru toate riscurile posibile, și să se pregătească pentru viitorul moment în cel mai bun mod posibil. Dar scanând pericolul și pregătindu-te de “apocalipsa” care urmează, te face să scapi ce este în prezent. Și asta este cel mai important, căci conține tot ce ai nevoie acum.

Adevărul, dovedit de multiple ori pe toată durata omenirii, în același moment spune că totul se întâmplă în cel mai perfect mod - fiecare lucru ce întâlnim vine ca un dar: să ne învețe o lecție, să ne ajute să înțelegem mai bine ce avem nevoie sau să creștem. Ce aş recomanda tuturor antreprenorilor este ceea ce îmi repet mie în fiecare zi: să am puterea, curajul și deschiderea să am încredere și să pot vedea ceea ce-mi vine în cale ca un dar. Să pot urma calea inimii. Dacă ne asociem pe noi cu o firmă, atunci inima este directorul și cel care ia deciziile, dar mintea face operațiunile, contabilitatea, securitatea și este avocatul. Cu toate că fiecare este important, deciziile trebuie să fie luate de director.

Mai multe detalii despre Vadim Țurcanu (Autor, Antreprenor, Speaker, Co-fondator al Procesului UncageX, Trainer certificat în Respirație și Meditație, Cercul Masculin și Comunicare în Relații) pe uncagex.com.

TAVERNA SÂRULUI

25 ANI

**GUSTUL CARE
TE ADUCE ACASĂ**

Câte drumuri neștiute
te-au adus la noi?

Scanează codul
și descoperă





METROPOLITAN

A NEW WAY OF LIVING



Metropolitan GRUP

0374.008.008 / info@metropolitanresidence.ro