



Nr. 20, aprilie 2025

clubantreprenor.ro

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

Interviu cu

Eugen Sârbu

Avocat Coordonator, Sârbu Partners

ROMÂNIA POATE DEVENI UN HUB REGIONAL DE ARBITRAJ COMERCIAL INTERNAȚIONAL



**Monica Raiu,
Fondator,
BlueBox Medical:**

„Ne dorim să devenim un reper regional în furnizarea de soluții medicale inteligente. Avem în plan extinderea portofoliului de produse, dezvoltarea unor platforme proprii și colaborări strategice cu institute de cercetare.

Viitorul este digital, personalizat și centrat pe pacient — iar noi vrem să fim parte activă din această transformare.”

- Pentru ca orice pacient să dispună de un diagnostic și un tratament corespunzător pentru o vindecare rapidă, punem la dispoziție produse de calitate necesare în fiecare cabinet medical, spital sau laborator de analize.
- Bluebox Medical oferă clienților săi accesul la tehnologie de ultimă generație în domeniul aparaturii medicale, de diagnostic și tratament, asigurând totodată necesarul de consumabile și accesorii destinate acestor dispozitive.
- Dispunem de o gamă largă de consumabile și aparatură medicală, dar și de cea mai bună calitate a produselor, furnizate direct de la cei mai renumiți producători în domeniu. Dincolo de calitate, oferim clienților noștri consultanța necesară pentru a face alegerea cea mai potrivită, în funcție de nevoile medicilor, pacienților sau laboratorului.
- Suportul de specialitate este acordat de o echipă de profesioniști care dețin experiența necesară comercializării produselor medicale.

Contact

Tel: +40 316 201 805
Fax: +40 316 201 886

E-mail: info@blueboxmed.com
Nord City Tower, Et. 8, Șoseaua Pipera,
Nr. 1/VII, Voluntari, Jud. Ilfov

Afacerile stomatologice din România au crescut cu un miliard de euro în ultimul deceniu



MIRCEA FICA,
Editor Coordonator

Cifra de afaceri a societăților care fac activități de asistență stomatologică, conform codului CAEN, a fost de aproape 5,3 de miliarde de lei în 2023. Sectorul a cunoscut în 2023 o creștere a numărului de angajați, dar mai ales a cifrei de afaceri. Veniturile au crescut cu un miliard de lei.

Analiza a fost realizată cu ajutorul datelor platformei Termene AI. Unele dintre afacerile aflate în ascensiune în ultimul deceniu în România sunt cele din domeniul medical, stomatologic. Forța de muncă bine pregătită și serviciile mai ieftine decât în alte țări din vestul Europei au fost unele dintre motivele care au dus la ascensiunea acestui domeniu de activitate.

Conform datelor platformei Termene.ro, obținute cu ajutorul soluției Termene PASP (Prospectare Analiză și Studii de Piață), 10.068 de agenți economici alcătuiesc sectorul de asistență stomatologică, așa cum reiese din raportările companiilor pe anul 2023.

Datele financiare pentru anul 2024 vor fi publicate de Ministerul Finanțelor începând cu luna aprilie 2025.

12.874 societăți cu "activități de asistență stomatologică" sunt în activitate, însă doar

10.068 de cabinete sunt active fiscal, cu bilanț depus pe anul 2023.

Conform listei codurilor CAEN, cabinetele stomatologie sunt companiile care au ca activitate: **cod CAEN 8623 – Activități de asistență stomatologică**

Această clasă include:

- activități de asistență stomatologică de natură generală sau specializată, de exemplu stomatologie, endodontică și pediatrică; patologie orală
- activități ortodontice

Această clasă include de asemenea:

- activități de chirurgie stomatologică

CAPITALA ARE UN SFERT DIN CABINETE

Din cele 10.068 de cabinete stomatologice, 8.572 de firme sunt din mediul urban.

În mediul rural se găsesc alte 1.488 de societăți comerciale de specialitate.

Cele mai multe societăți sunt în București (2.405), Timiș (410), Ilfov (327), Constanța (315), Cluj (636), Iași (514), Arad (174), Dolj (439), Bihor (235), Sibiu (216) și Galați (243), Brașov (418), Prahova (106), Satu Mare (132).

Capitala deține astfel aproape 25% din numărul cabinetelor stomatologice din România.

Botoșani (71), Mehedinți (20), Vaslui (91), Neamț (28), Harghita (79) și Covasna (39),

Ialomița (44), Călărași (44), Sălaj (66), Caraș Severin (48) sunt județe care înregistrează numărul cel mai mic de firme de specialitate.

În schimb, când vine vorba de numărul angajaților (24.157), aproape 35% dintre angajați din domeniu lucrează în București (5.069 de persoane). Județe cu importante contingente de personal stomatologic mai sunt în: Cluj (1.136), Iași (999), Timiș (747), Dolj (506), Constanța (563), Ilfov (452) și Brașov (863).

Sunt și județe unde numărul salariaților din sectorul stomatologic este sub 10 de angajați. Este vorba de județe ca Olt (3), Teleorman (4), Botoșani (2), Vaslui (7), Covasna (2), Călărași (2) și Ialomița (2).

CIFRA DE AFACERI A CRESCUT CU UN MILIARD DE LEI DE LA AN LA AN

Numărul total al angajaților firmelor de asistență stomatologică a fost în 2023 de 19.265. S-a înregistrat o creștere ușoară față de 2022, când au fost 17.390 de angajați. În urmă cu un deceniu, în 2014, erau 7.656 de angajați în acest domeniu.

66 de societăți comerciale au stat de plătitore de TVA, dintre care 15 sunt firme plătitore de TVA la încasare.

Cheltuieli de peste 4 de miliarde de lei au realizat firmele stomatologice în 2023.

S-a înregistrat o creștere de la cheltuieli de 2,95 de miliarde de lei în anul precedent.

76 firme au proiecte de finanțare pe fonduri europene. 10 de societăți și-au început afacerile cu ajutorul unor granturi acordate în cele trei ediții anterioare de Start-Up Nation.

În dosarele din instanțe, 294 de firme de asistență stomatologică sunt creditor în procese, iar 521 au stat de debitor.

20 de societăți comerciale stomatologice au activități de import. Nicio companie nu face export.





4

INTERVIUL EDIȚIEI

România poate deveni un hub regional de arbitraj comercial internațional

Interviu cu **Eugen Sârbu**,
Avocat Coordonator, Sârbu Partners

CLUB ANTREPRENOR

11 Relația dintre agențiile de marketing și comunicare și companii

Articol de **Cristina Norocel**, Founder MarketingFX
Concept și Co-Founder Marketing Plus Performance

12 Ne dorim să devenim un reper regional în furnizarea de soluții medicale inteligente

Interviu cu **Monica Raiu**, Fondator, BlueBox Medical

16 Suntem întotdeauna aproape de client

Interviu cu **Mugurel Ștefan**, Technical Manager,
IRCA Sistem

30 O reducere a taxării muncii ar impulsiona mediul de afaceri

Interviu cu **Mihaela Dănilache**,
Managing Partner, Ensign Finance

34 Contribuim activ la modernizarea sistemului de sănătate și bioeconomie

Interviu cu **Flaviana Rotaru**, Președinte ROHEALTH –
Clusterul pentru Sănătate și Bioeconomie

38 Am lansat versiunea internațională a aplicației eSemneaza.ro sub brandul QuickSigner.com

Interviu cu **Adrian Ionescu**, Fondator, eSemneaza.ro

40 Am stabilit un standard nou pentru igiena smart în spații publice și private

Interviu cu **Ștefan Marian Toma**,
CEO, WOLF-E ROBOTICS

42 Oferim un produs curat, autentic și sănătos

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

44 Prezidențial Club ABC – punctul de întâlnire dintre antreprenorii români și elitele de business ale lumii

46 Perfect Royal Events – acolo unde profesionalismul întâlnește excelența în evenimente

Interviu cu **Ioana Gheorghe**,
Fondator, Perfect Royal Events

50 Pasiune transformată în succes

Interviu cu **Alice Galani**,
fondatoarea Beauty One și Chic Salon

54 Am reușit să dezvoltăm o linie de rochii și costume tradiționale care au mare succes în țară și peste hotare

Interviu cu **Svetlana Karahan**,
Fondator, Atelierul de croitorie Svetlana Collection

56 Succesul se construiește cu intuiție, perseverență și multă muncă

Interviu cu **Maria Dima**,
Director de Vânzări Canal 33

58 Antreprenoriatul - între succes, renunțare și echilibru

Articol de **Cristina Anghel**, Psiholog

DIPLOMAȚIE COMERCIALĂ

22 Companiile importante din România ar trebui să privească cu mai mult interes spre piața egipteană

Interviu cu **E.S. Olivia Todorean**,
Ambasador extraordinar și plenipotențiar
al României în Republica Arabă Egipt

EVENIMENTE

60 Avem încă un nivel moderat al sistemului antreprenorial

62 Cum a fost la Forumul de concurență, francize și antreprenoriat, ediția I, 19 martie 2025

NR. 20, APRILIE 2025

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.

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

POSM Display



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

www.largeformat.globalprint.ro

România poate deveni un hub regional de arbitraj comercial internațional

Interviu cu Eugen Sârbu, Avocat Coordonator, Sârbu Partners

V-ați construit o reputație de specialist în litigii de construcții. Ce v-a atras la acest domeniu în care timp de 10 ani ați reprezentat antreprenori în dispute interne și internaționale? Ce face diferența între un dosar câștigător și unul perdant în dreptul construcțiilor?

Întotdeauna mi-au plăcut litigiile grele. Stilul meu analitic și meticolos a adus în mod natural o atracție pentru strategii complexe, ceea ce s-a potrivit „mănușă” cu dosarele tehnice, cu un volum mare de probe, în care un anumit document sau faptă poate îmbrăca multiple calificări juridice și mai ales, m-au provocat mereu spețele imposibile. Cea mai mare satisfacție profesională mi-au dat-o dosarele în care clientul venea cu un „cal mort” pe care am reușit să îl resuscitez.

Litigiile de construcții sunt printre cele mai complicate pe care le poate avea un avocat român, fiindcă avem o legislație stufoasă, în care nu doar clauzele contractului arată ce trebuia să facă fiecare parte, ci intervin legi speciale, normative tehnice, norme de urbanism și dreptul comun (Codul civil), care operează ca un liant care dă sens unor norme de multe ori contradictorii. La această legislație stufoasă mai trebuie să adăugați specificul probelor care se administrează într-un litigiu de construcții, unde întotdeauna sunt relevante atât documentele tehnice, cât și comportamentul părților, pe care îl deduci din corespondența contractuală și din declarațiile martorilor.

În executarea unui contract de construcții se întâmplă multe scăpări, toate părțile fac greșeli, dar unele cântăresc mai mult decât altele pe lanțul cauzalității. Și atunci, diferența o face capacitatea de a înțelege

aspectele tehnice, de a plasa faptele în prevederile legale corecte, de a realiza o documentare solidă care să dea credibilitate argumentelor prezentate în fața judecătorului sau arbitrului și de a discerne care sunt probele esențiale pe baza cărora de obicei un tribunal se simte încrezător să emită o soluție.

Nu în ultimul rând, într-un litigiu de construcții avocatul nu are cum să funcționeze ca un „lup singuratic”. O Cerere bine articulată, o Audiare de 1-2 săptămâni sau redactarea Concluziilor scrise după administrarea de expertize, audierea de martori și depunerea a zeci de bibliorafuri de înscrisuri sunt activități intense care nu se pot face eficient decât prin delegare și coordonare. De aceea este vital să existe o echipă formată tot din avocați devotați, cu capacitate de memorare, cu prezență de spirit și în care să existe sinergii și complementaritate.

După 10 ani în care ați practicat avocatură într-o firmă specializată în arbitraj și litigii comerciale ați decis să fondați Sârbu Partners alături de membrii echipei pe care ați coordonat-o ca Partener. Care au fost provocările primelor luni de activitate?

Cred că un om are o datorie față de el însuși, în primul rând, să evolueze, să se dezvolte, să se angreneze în noi proiecte prin care să „stay alive” și nu doar să meargă cu valul monotoniei de zi cu zi.

Și mai cred că trebuie să îți asumi noi provocări după ce îți demonstrezi că te-ai așezat temeinic pe o treaptă și ești pregătit să faci pasul pe următoarea treaptă și tot așa. Pe aceste principii am luat și decizia de a înființa Sârbu Partners.

Dincolo de chestiunile organizatorice, specifice oricărei companii, cum ar fi un sediu bine poziționat și cu facilitățile necesare, creionarea cu claritate a serviciilor oferite clienților, o strategie de marketing coerentă și multe altele, o societate de avocatură are, în viziunea mea, **3 trăsături specifice**, care sunt și principalele provocări ale unei firme de avocatură de anvergură:

O firmă de avocatură nu angajează „forță de muncă”, ci construiește echipe puternice în ani de zile

Spre deosebire de alte organizații și alte domenii de activitate, o firmă de avocatură de anvergură nu poate doar să angajeze un bun avocat, ci trebuie să-l construiască. De aceea există o competiție acerbă pentru recrutarea absolvenților de top ai facultăților de drept. O echipă de avocați este eficientă dacă membrii săi sunt toți specializați în domeniul litigiului, au încredere unii în alții și au antrenamentul de a se completa și a colabora într-o echipă de proiect. Dincolo de asta, trebuie să aibă aceeași dorință de implicare, de studiu temeinic al dosarelor și de a redacta documente impecabile într-un stil uniform. În ultimii 5 ani am investit timp și energie în a recruta tineri avocați cu mare potențial și în a construi o astfel de echipă, iar rezultatele excepționale pe care le-am obținut împreună în litigii foarte grele, în care ne-am „duelat” cu echipe de avocați de la unele dintre cele mai mari firme de avocatură din Europa mi-au demonstrat că această provocare a fost îndeplinită. Or, faptul că în Sârbu Partners mi s-au alăturat membrii echipei pe care am coordonat-o ca partener în fosta societate,





face ca această firmă de avocatură, deși la început de drum, să dețină deja cel mai important atu pentru a rezolva dosare complexe – o echipă puternică formată în ani de zile.

Avocatura este un domeniu care are „human touch”

Un avocat bun nu poate livra impersonal, mecanic și automatizat, pentru că fiecare client și fiecare speță au ceva aparte, ceva specific. În aproape 11 ani de litigii nu am întâlnit niciodată cazuri și clienți „trași la indigo”, toate și toți au avut ceva unic. Chiar și în relația dintre avocat și o societate comercială, în realitate vorbim tot despre o relație interumană, în care acel CEO sau Manager de proiect are nevoie de un consultant/litigant devotat cauzei sale. Are nevoie să știe că se poate baza pe consultantul său că îi oferă opinii legale obiective, corecte și adaptate situației sale. La fel, în cazul unui litigiu, are nevoie să creadă că avocatul său stăpânește fiecare filă din probe, înțelege business-ul său și „scormonește” sub fiecare piatră până găsește cea mai bună strategie juridică care poate fi găsită, desigur ținând cont de ce permite speța respectivă. Or, această încredere își trage seva atât din reputația avocatului în piață, cât și din experiența concretă pe care au avut-o clienții săi cu el.

Deși experiența mea ca avocat mi-a construit o reputație solidă în piață și beneficiaz de încrederea foștilor clienți sau chiar și a foștilor adversari care, nu de puține ori, m-au recomandat pe domenii de nișă pe care ei nu le acopereau (cum ar fi arbitrajul internațional), ca orice entitate nouă pe o piață, Sârbu Partners are provocarea de a demonstra acest „human touch” de devotament și implicare în nevoile concrete ale clienților săi.

O firmă de avocatură este un organism viu și dinamic aflat într-o continuă evoluție

În România legile se schimbă cu o viteză galopantă, piețele de resort se metamorfozează de la an la an, iar legăturile clienților români cu piețele străine aduc mereu noi și noi provocări.

Din aceste motive, o societate de avocatură este un organism viu, dinamic, care prin prezența activă în rețelele de networking și know-how intern și internațional e actualizată cu legislația, cu evoluția economiei și cu piețele externe de interes pentru clienții români, astfel încât să poată promova și proteja interesele clienților săi atât în România, cât și în jurisdicțiile străine în care clienții săi desfășoară activități de business. Sârbu Partners trebuie să fie ancorată în aceste realități și capabilă de a se adapta la schimbare, atât ca know-how, cât și ca afiliere la organizații interne și internaționale.

La această provocare, zic eu, am răspuns destul de rapid, iar în aceste câteva luni am creat parteneriate solide cu societăți de avocatură străine și cu organizații internaționale, în special cu entitățile în care activează avocați cu care am colaborat în trecut pentru a deservi clienți cu litigii sau interese de business în alte țări și alături de care am obținut rezultate foarte bune.

Sunteți membri ai American Bar Association (ABA) și ai Institute for Transnational Arbitration (ITA). Cât de importante sunt aceste colaborări / parteneriate internaționale?

Sunt foarte importante, pentru că te plasează pe harta avocaților relevanți în comerțul internațional. De exemplu, în ianuarie, în prima săptămână de la înființare, când încă nu aveam sediul dotat și funcțional, colegi avocați din ABA ne-au solicitat sprijinul să îi asistăm cu recuperarea unor bunuri din România, în executarea unui contract de vânzare internațională de echipamente industriale. Ne-am mobilizat și într-o săptămână le-am livrat și implementat soluția juridică, iar bunurile au fost încărcate pe vapor. Acestea sunt medii foarte bune pentru networking, te ajută să fii

conectat la o vastă rețea globală de avocați, dar în același timp sunt medii selective, care trebuie cultivate din două perspective. În primul rând, trebuie să fii prezent la conferințele lor internaționale și la întâlnirile regionale de lucru pe care le organizează, fiindcă pentru a recomanda un avocat străin unui client de-ai mei trebuie să îl cunosc personal, să am ocazia să observ cum gândește și ce instruire are, și abia apoi îmi pot asuma față de clienții mei că le recomand un profesionist de încredere. Evident, la fel se raportează și ceilalți avocați din aceste organizații la mine și e normal să fie așa.

În al doilea rând, atunci când un coleg din aceste organizații apelează la noi pentru a îl ajuta cu o speță în România, trebuie să ne mobilizăm rapid, să oferim soluții pragmatice și să livrăm rezultate, doar așa rămâi prezent și relevant în astfel de medii selective și competitive.

Îndrăznesc să spun că cooptarea Sârbu Partners în aceste rețele, încă din primele luni de la înființare, este consecința unor prestații de succes din ultimii 3-4 ani, în care am lucrat în dosare transfrontaliere și de aceea am reușit să construim într-un timp atât de scurt aceste parteneriate cu rețele internaționale de avocatură și punctual cu unele dintre cele mai mari firme de avocatură din SUA, Europa și Asia.

Avantajele sunt de ambele părți, pe de-o parte putem deservi clienții noștri din România oriunde în alt stat în care întâmpină probleme legale, prin colaboratori de încredere pe care îi cunoaștem personal și putem garanta pentru profesionalismul lor, iar pe de altă parte, portofoliul nostru de clienți conține firme străine care au ajuns la noi prin intermediul colegilor din ABA, ITA și a parteneriatelor încheiate cu firme de avocatură din top 10 țări cu care România are schimburi comerciale, atât pe piața de bunuri, cât și de servicii.



Un avocat bun nu poate livra impersonal, mecanic și automatizat, pentru că fiecare client și fiecare speță au ceva aparte, ceva specific. În aproape 11 ani de litigii nu am întâlnit niciodată cazuri și clienți „trași la indigo”, toate și toți au avut ceva unic.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră?

Portofoliul nostru de clienți se identifică cu domeniile de drept în care atât eu, cât și colegii mei, ne-am specializat ca avocați și i-aș putea încadra în 4 mari categorii. Cei mai mulți provin din sectorul construcțiilor și instalațiilor, atât proiectanți, cât și executanți de lucrări și de instalații sau supervizori/Ingineri FIDIC. Am lucrat cu preponderență în litigii și arbitraje de construcții, am absolvit un master de Arbitraj în construcții și am construit o reputație solidă de specialist în „hățișul” juridic al acestui domeniu și atunci, în mod natural cei mai mulți clienți provin din acest sector. O nișă din domeniul construcțiilor în care de asemenea am avut rezultate foarte bune și în care am constatat că suntem atractivi pentru clienți este cea a restaurării de monumente istorice.

O altă categorie o reprezintă companiile care derulează contracte internaționale, fie că este vorba de un partener străin sau de achiziții/vânzări de bunuri dintr-un/într-un stat străin sau de executare de lucrări pe teritoriul altui stat. Ne dorim ca în continuare această dimensiune de litigii internaționale și consultanță *cross-border* să se dezvolte și să fie o componentă definitorie pentru Sârbu Partners, fiindcă avem atât know-how-ul, cât și experiența, resursele și pasiunea pentru astfel de spețe provocatoare.

O altă zonă de specializare în care avem expertiză și din care provine o parte din clienții noștri este cea a companiilor care derulează contracte de achiziții publice. Aici sectoarele economice din care provin clienții sunt destul de diverse, sigur și aici o proporție semnificativă o au firmele de construcții și proiectare, dar plaja este mult mai largă, fiind angajați pe aspecte ce țin de derularea



Am întâlnit de-a lungul experienței ca avocat pledant în arbitraje internaționale cazuri în care tribunalele arbitrale din România au asigurat derularea procedurii arbitrale de-o manieră mult mai eficientă și rapidă decât tribunale ICC sau VIAC.



Sarbu Partners



procedurilor de achiziții publice (Răspunsuri la clarificări; Contestații CNSC și Plângeri la deciziile CNSC), dar și de executarea contractelor (modificări de contract, ajustare de preț, rezilieri, cuantificarea daunelor, anularea Documentelor constatatoare, costuri suplimentare sau prelungiri de durată etc.).

Și ar mai fi o categorie generică, aceea a litigiilor și arbitrajelor comerciale în general, în care se pune problema de interpretarea și aplicarea contractelor din diverse domenii, având spețe izvorâte, de exemplu, din contracte de factoring, de leasing, de prestare de servicii sau din diferite tipuri de subcontractări, asocieri în participație, contracte de vânzare etc.

Cum percepeți apetitul investițional al companiilor asistate, în aceste vremuri tumultuoase, marcate de criză politică, deficite și război?

Aceste crize au avut un impact în piața românească pe care, din rolul meu de avocat de drept comercial, l-am perceput atât din perspectiva clienților români, cât și a clienților străini.

În cazul clienților români am observat o primă etapă de avânt, atunci când s-au demarat proiectele finanțate din PNRR și a fost un boom de proiecte lansate în proceduri de achiziții publice. Din păcate, în

multe din ele ritmul de execuție a fost afectat atât de probleme de finanțare, cât și de fluctuația prețului materialelor sau lipsa de forță de muncă specializată.

Tot în cazul clienților români am observat o tendință de diversificare a afacerilor și am asistat clienți la relocarea business-ului sau la înființarea de subsidiare în țări mai sigure și mai stabile, ori realizarea de investiții în astfel de state, în principal din Europa.

Pe de altă parte, merită să vorbim un pic și despre tendințele pe care le-am perceput la clienții străini. S-au relocat în România firme afectate de războiul din Ucraina și chiar și unele afectate de războiul din Orientul Mijlociu sau și-au direcționat investițiile către România, pentru că suntem un stat mult mai stabil decât cele în care activau și pentru că România le oferă acces la piața UE și avem și avantajul de a fi încă o țară cu costuri mai reduse decât alte state din UE.

Sunteți specializat în arbitraj comercial internațional. Ce potențial de creștere credeți că are această metodă alternativă de soluționare a litigiilor în România, ținând cont de evoluția din statele central europene?

În opinia mea, Curțile de arbitraj din România au potențialul de a fi foarte atractive pentru comercianții care derulează contracte în Europa de Est. Instituțiile

arbitrale din România pun la dispoziție liste de arbitrii, atât români, cât și străini, cu experiență, care sunt specializați în domeniul contractului și care, marea majoritate, sunt și pe listele principalelor centre de arbitraj din Europa. Așa că, din perspectiva calității actului de judecată, România nu este cu nimic inferioară. În schimb, are marele avantaj de a avea costuri arbitrale mai reduse.

Totodată, am întâlnit de-a lungul experienței ca avocat pledant în arbitraje internaționale cazuri în care tribunalele arbitrale din România au asigurat derularea procedurii arbitrale de-o manieră mult mai eficientă și rapidă decât tribunale ICC sau VIAC.

Prin urmare, cred că există un mare potențial de creștere și că România poate deveni un *hub* regional de arbitraj comercial internațional.

Ce este arbitrajul ca formă de soluționare a disputelor? Care sunt asemănările și diferențele față de un proces clasic pe care îl cunoaștem în fața unei instanțe de judecată statale?

Este o formă de justiție privată, în care se soluționează litigii și se emit hotărâri cu aceeași forță juridică pe care o au și hotărârile emise de un judecător statal.

Se folosește în dispute comerciale, care izvorăsc din executarea contractelor civile. Comercianții pot opta pentru arbitraj fie prin inserarea unei clauze de arbitraj (clauză compromisorie) în contract încă de la momentul semnării contractului sau prin încheierea unui acord de arbitraj (numit compromis) la momentul la care apare o dispută.

Specificul său principal este acela al modului în care se alcătuiește completul de judecată, adică tribunalul arbitral. De obicei tribunalele arbitrale sunt formate din trei arbitri. Reclamantul desemnează un arbitru pe care are libertatea să îl aleagă din lista de arbitri ai Curții respective de arbitraj, Pârâtul desemnează și el un arbitru, iar cei doi arbitri-parte vor alege un Supraarbitru. Arbitrii sunt specialiști ai domeniului, de obicei avocați cu experiență în litigii comerciale sau personalități din mediul academic juridic.

Litigiul arbitral se va judeca potrivit Regulilor de procedură ale Curții de arbitraj și nu potrivit Codului de procedură civilă, ceea ce conturează un cadru clar, în care se cunosc de la început termenele de depunere a documentelor și de judecată a cauzei, fiindcă la prima ședință se stabilește

un Calendar procedural în care se stabilesc toți pașii următori.

În ce măsură și cum poate fi pusă în executare o sentință arbitrală? De ce ar fi mai eficient pentru creditor să pună în executare o sentință arbitrală decât să pună în executare o hotărâre judecătorească?

România este parte a Convenției de la New York privind executarea sentințelor arbitrale, ceea ce face ca o sentință arbitrală să fie foarte ușor de pus în executare silită în aproape orice țară de pe glob în care debitorul are bunuri.

Pe deasupra, o sentință arbitrală este executorie de la chiar momentul comunicării ei către părți, în timp ce o hotărâre judecătorească este executorie după epuizarea căii de atac a apelului, ceea ce înseamnă că va dura mai mult timp până când partea care câștigă într-un litigiu judecat în fața instanțelor ajunge efectiv la încasarea sumelor de bani admise prin hotărâre, decât în cazul părții care obține o sentință arbitrală favorabilă.

În concluzie, există două motive pentru care sentința arbitrală este mai eficientă: (i) timpul

mult mai redus în care creditorul își încasează banii și (ii) posibilitatea de a executa sentința arbitrală în orice altă țară în care se identifică bunuri sau conturi ale debitorului.

Ce diferențe există între costurile pe care le înregistrează o parte litigantă în procesul în instanța statală și în procedura de arbitraj?

Costurile de obicei sunt compuse din onorariul avocaților și taxele judiciare/arbitrale. Dacă vorbim de un litigiu complex, cu un volum mare de probe și o miză mare, atunci tind să cred că onorariul avocațial va fi relativ similar, indiferent dacă procesul se judecă în arbitraj sau în instanța statală. Și atunci, singura variabilă o reprezintă valoarea taxei arbitrale, în comparație cu taxa judiciară.

Cred că cel mai elocvent pentru cititorii dvs. este să vă prezint o simulare pentru un litigiu în valoare de, să zicem, 3 Mil. Euro (aprox. 15 Mil. Lei). Pentru un litigiu cu acest obiect, taxa arbitrală percepută de Curtea de arbitraj CCIB (tribunal format din 3 arbitri) este de aprox. 200.000 Lei; taxa judiciară percepută de instanțele statale pentru judecata în fond și în apel (când se





obține hotărârea executorie) este de aprox. 230.000 Lei; iar taxa arbitrală percepută de Curtea de arbitraj CCIR (tribunal format din 3 arbitri) este de aprox. 400.000 Lei.

Mediul de afaceri poate avea încredere într-o justiție privată? Faptul că este administrată în mod privat, poate să pună semne de întrebare cu privire la stabilitatea procedurilor, corectitudinea hotărârilor date?

În România, încrederea în justiție a suferit la modul general, în toate domeniile de drept

și cu privire la toate modalitățile de soluționare a disputelor. De exemplu, Eurobarometrul 2024 arată că 30% dintre români consideră că justiția s-a înrăutățit în România în ultimii 5 ani. Or, și arbitrajul, ca formă de justiție, poate fi văzut în acest cadru general de percepție asupra justiției. Arbitrajul încă are o notorietate scăzută în rândul comercianților din România, iar cei care nu au mai participat niciodată la un arbitraj pot avea tendința de a se simți inconfortabil cu ceva ce nu cunosc. În schimb, companiile care au mai folosit arbitrajul ca formă de soluționare a

disputelor în trecut și au depășit bariera necunoscutului manifestă o preferință pentru această formă de justiție privată. Aceștia au înțeles, în primul rând, că într-un context general marcat de suspiciuni și neîncredere, arbitrajul îți oferă posibilitatea de a nominaliza direct o personalitate în care ai încredere, ca arbitru-parte, care să fie membru al tribunalului care îți judecă dosarul și, prin prezența sa în „completul de judecată”, ai o garanție enormă că judecata se va desfășura corect, imparțial și va fi făcută de persoane specializate în domeniul disputei.



Sarbu Partners

DATE DE CONTACT

SÂRBU PARTNERS

www.sarbupartners.ro

eugen@sarbupartners.ro

Relația dintre agențiile de marketing și comunicare și companii

Articol de **Cristina Norocel**, Founder MarketingFX Concept și Co-Founder Marketing Plus Performance

Colaborarea dintre o agenție de marketing și comunicare și o companie ar trebui să fie un parteneriat strategic, bazat pe obiective clare, comunicare eficientă și așteptări bine definite. De prea multe ori, această relație poate deveni tensionată din cauza lipsei de transparență, a unor obiective neclare sau a unor așteptări nerealiste. Din perspectiva unui deținător de agenție de marketing și comunicare, vreau să explic cum ar trebui să decurgă acest tip de colaborare și ce trebuie să aștepte fiecare parte implicată.

1. ALEGEREA AGENȚIEI POTRIVITE: NU ESTE VORBA DOAR DE COSTURI

Un prim pas esențial este selecția agenției potrivite. De multe ori, companiile aleg agenții bazându-se exclusiv pe costuri, fără a analiza expertiza, stilul de lucru sau compatibilitatea cu propriile nevoi. O agenție de marketing și comunicare nu este doar un furnizor, ci un partener strategic care te ajută să-ți crești vizibilitatea, să generezi lead-uri și să construiești o imagine coerentă și de impact.

2. STABILIREA CLARĂ A OBIECTIVELOR: CE VREI SĂ OBTINĂ BUSINESS-UL TĂU?

Unul dintre cele mai mari obstacole în colaborarea dintre agenții și companii este lipsa unor obiective clare. „Vrem mai multe vânzări” sau „Vrem mai multă vizibilitate” sunt obiective vagi care pot fi interpretate în moduri diferite. Un plan de colaborare eficient trebuie să includă:

- Obiective SMART (Specifice, Măsurabile, Accesibile, Relevante, Temporale);
- Indicatori de performanță (KPIs) clari pentru a evalua succesul campaniilor;
- Un calendar de implementare cu termene realiste.

3. CINE CE FACE? RESPONSABILITĂȚI CLAR STABILITE

Pentru ca o colaborare să funcționeze, fiecare parte trebuie să știe exact care sunt responsabilitățile sale:

- Compania: Trebuie să ofere informații despre brand, produse/servicii, public țintă și obiective.
- Agenția: Se ocupă de strategie, execuție și optimizare, oferind soluții adaptate pieței.
- Comunicarea: Este crucial ca ambele părți să comunice deschis, să stabilească puncte clare de contact și să mențină o relație de lucru colaborativă.

4. AȘTEPTĂRI REALISTE: MARKETINGUL NU FACE MINUNI PESTE NOAPTE

O problemă frecventă în relația agenție-client este așteptarea unor rezultate imediate. Marketingul este un proces care necesită timp, testare și ajustări constante. De exemplu:

- SEO poate dura luni pentru a genera rezultate solide;
- campanie de branding nu produce vânzări instant, ci crește notorietatea;
- Campaniile de publicitate online trebuie testate și optimizate pentru a deveni eficiente.

5. TRANSPARENȚA ȘI RAPORTAREA: CUM MĂSURĂM SUCCESUL?

Pentru ca o companie să aibă împreună cu agenția o colaborare productivă, este nevoie de transparență. Agenția trebuie să furnizeze rapoarte periodice despre performanța campaniilor, astfel încât compania să știe exact unde se află și ce se poate îmbunătăți. Un raport include:

- Metrici cheie (trafic, conversii, engagement);



- Explicații clare despre ceea ce funcționează și ce trebuie ajustat;
- Recomandări pentru optimizare.

6. FLEXIBILITATE ȘI ADAPTABILITATE: PIAȚA SE SCHIMBĂ, LA FEL ȘI STRATEGIA

Nicio strategie de marketing nu este bătută în cuie. Piața evoluează, tendințele se schimbă, iar agenția trebuie să fie capabilă să adapteze rapid strategiile pentru a menține compania competitivă.

7. Construirea unei relații de lungă durată

O relație de succes între agenție și client nu este doar un contract de prestări servicii, ci un parteneriat în care ambele părți investesc timp, resurse și energie. Colaborarea eficientă nu este despre „cine are dreptate”, ci despre „cum putem crește împreună”. Relația dintre o agenție de marketing și o companie trebuie să fie construită pe claritate, transparență și colaborare activă. Cu obiective bine definite, așteptări realiste și comunicare constantă, acest parteneriat poate aduce beneficii pe termen lung ambelor părți. Alegerea unei agenții potrivite este doar primul pas, dar cheia succesului stă în modul în care cele două părți colaborează pentru a transforma strategiile în rezultate concrete.

Ne dorim să devenim un reper regional în furnizarea de soluții medicale inteligente

Interviu cu **Monica Raiu**, Fondator, BlueBox Medical



BlueBox Medical este o companie specializată în furnizarea de soluții și produse medicale inovatoare, având ca obiectiv principal îmbunătățirea calității îngrijirii pacienților. Activați în domeniul tehnologiei medicale, oferind o gama variată de echipamente și dispozitive destinate atât instituțiilor medicale, cât și pacienților. Care sunt echipamentele și dispozitivele cele mai solicitate?

Printre echipamentele și dispozitivele cele mai solicitate de către clienții noștri se numără atât echipamentele generale de laborator, cât și consumabile medicale și sisteme automate de infuzie, care asigură administrarea controlată a medicației sau monitoare pentru pacienți.

Cu ce furnizori europeni și globali colaborați?

Colaborăm cu furnizori de renume mondial pentru a aduce pe piața românească echipamente de înaltă calitate. Printre partenerii noștri se numără: mix de furnizori internaționali de top, lideri în producția de echipamente de laborator, producători europeni cunoscuți pentru soluțiile lor inovatoare în domeniul infuziei și terapiei, furnizori de consumabile medicale de înaltă calitate, în concordanță cu cele mai înalte standarde de securitate pentru siguranța personalului operator.

Cum apreciați interesul managerilor de spitale de stat și a celor de clinici private în dotarea unităților pe care le conduc cu echipamente medicale moderne?

“

Colaborăm cu furnizori de renume mondial pentru a aduce pe piața românească echipamente de înaltă calitate.



În ultimii ani, am observat un interes crescut atât din partea spitalelor publice, cât și a clinicilor private pentru dotarea cu echipamente medicale moderne. Managerii acestor instituții înțeleg importanța tehnologiei de vârf în diagnosticarea și tratamentul pacienților, ceea ce se reflectă în investițiile semnificative realizate în acest sens în ultimii ani.

Cât timp decurge un proces de achiziție de echipamente, din momentul în care se publică anunțul pe SEAP/SICAP și până când pacienții beneficiază de acel echipament?

Durata unui proces de achiziție poate varia în funcție de complexitatea echipamentelor solicitate și de specificațiile procedurii de

licitație. În general, procesul poate dura între 3 și 6 luni, incluzând etapele de publicare a anunțului, evaluarea ofertelor, atribuirea contractului, livrarea și instalarea echipamentului. Este esențial ca toate părțile implicate să colaboreze eficient pentru a reduce la minimum timpul necesar și a asigura accesul rapid al pacienților la noile tehnologii.



Ce potențial de creștere au companiile din industria sănătății, ținând cont de finanțările anunțate și de gradul în care suntem în prezent, comparativ cu statele dezvoltate din centrul și vestul Europei?

Industria sănătății din România are un potențial semnificativ de creștere, mai ales în contextul finanțărilor europene disponibile prin programe precum Planul National de Redresare și Reziliență (PNRR). Comparativ cu statele mai dezvoltate din centrul și vestul Europei, România are oportunitatea de a recupera decalajele existente prin investiții strategice în infrastructură și tehnologie medicală. Aceste investiții vor contribui la îmbunătățirea calității serviciilor medicale și la creșterea competitivității.

Pandemia a stimulat digitalizarea întregii economii, inclusiv a sistemului medical. Cum apreciați interesul medicilor și al farmaciștilor pentru soluțiile IT&C, care le ușurează munca și le facilitează legătura cu pacienții?

Pandemia a accelerat adoptarea soluțiilor IT&C în domeniul medical, iar medicii și farmaciștii au manifestat un interes crescut pentru aceste tehnologii. Telemedicina, dosarele electronice ale pacienților și aplicațiile mobile pentru monitorizarea sănătății sunt doar câteva exemple de soluții care au fost integrate cu succes, facilitând comunicarea și îmbunătățind eficiența actului medical.

Ce beneficii aduc dispozitivele medicale inovative și terapiile digitale orientate către pacient? Ce mai trebuie făcut pentru o reglementare corectă a acestora?

Dispozitivele medicale inovative și terapiile digitale oferă multiple beneficii, inclusiv diagnosticare precoce, personalizarea tratamentelor și monitorizare continuă. Pentru o reglementare corectă, este necesară actualizarea cadrului legislativ existent, astfel încât să includă standarde clare de certificare, protecția datelor pacienților și asigurarea interoperabilității între diferitele sisteme tehnologice.

Cât de importante sunt certificările, acreditările și sistemele de management ale calității în acest sector strategic - industria sănătății?

Certificările și acreditările sunt esențiale în industria sănătății, deoarece garantează conformitatea cu standardele internaționale și asigură pacienților servicii de înaltă calitate. Implementarea sistemelor de management al calității contribuie la optimizarea proceselor interne și la creșterea încrederii în serviciile oferite.

Noi suntem obișnuiți să vedem doar partea goală a paharului. În sistemul sanitar s-a investit foarte mult, atât în sectorul de stat, dar mai ales în cel privat. Cum percepeți dumneavoastră calitatea actului medical, față de acum 10 ani?

Într-adevăr, dacă privim retrospectiv, evoluția este vizibilă. În urmă cu un deceniu, dotările spitalelor, accesul la tehnologie și chiar formarea profesională aveau lacune importante. Astăzi, atât în spitalele de stat modernizate, cât și în clinicile private, actul medical este mult mai aproape de standardele europene. Nu este perfect, dar se vede clar un progres — în infrastructură, în profesionalism și, mai ales, în orientarea către pacient.

Cum vedeți colaborarea / parteneriatul dintre sistemul de sănătate public și cel privat?

Colaborarea dintre cele două sectoare este vitală și, din fericire, vedem tot mai multe inițiative comune. Sistemul public are avantajul infrastructurii și al rețelei extinse, iar sectorul privat vine cu flexibilitate, inovație și servicii personalizate. Dacă s-ar reglementa mai clar mecanismele de parteneriat public-privat, am putea



vedea un impact real în eficiența tratamentelor și în reducerea timpilor de așteptare pentru pacienți.

Care sunt principalele provocări cu care vă confrunțați în activitatea BlueBox Medical?

Una dintre cele mai mari provocări este reprezentată de birocrăția din sistemul de achiziții publice, care întârzie deseori implementarea proiectelor. De asemenea, menținerea unui echilibru între inovație și sustenabilitate financiară este crucială — trebuie să aducem tehnologii de ultimă generație, dar la prețuri accesibile. Nu în ultimul rând, resimțim lipsa de personal specializat în anumite domenii tehnice, ceea ce ne obligă să investim constant în formare și training.

“BlueBox Medical se concentrează asupra recrutării tinerilor absolvenți și a formării profesionale a acestora, oferindu-le o multitudine de oportunități de creștere și dezvoltare.

Cum vedeți viitorul Bluebox Medical în următorii 5 ani?

Ne dorim să devenim un reper regional în furnizarea de soluții medicale inteligente. Avem în plan extinderea portofoliului de produse, dezvoltarea unor platforme proprii și colaborări strategice cu institute de cercetare. Viitorul este digital, personalizat și centrat pe pacient — iar noi vrem să fim parte activă din această transformare.

De asemenea, într-un domeniu bazat pe inovație și evoluția rapidă a tehnologiei, consider că este esențială promovarea noilor generații de specialiști. BlueBox Medical se concertează asupra recrutării tinerilor absolvenți și a formării profesionale a acestora, oferindu-le o multitudine de oportunități de creștere și dezvoltare.

Suntem întotdeauna aproape de client

Interviu cu Mugurel Ștefan, Technical Manager, IRCA Sistem

Cum este structurată compania, în prezent? Câți angajați aveți în prezent? Unde sunt specializați salariații IRCA SISTEM?

Compania IRCA SISTEM este formată din 17 persoane. Echipa de management este formată din Administrator și Asociat – inginer automatist (roboți industriali) respectiv inginer electric (acționări electrice).

Fiecare din echipa de management are experiență în diferite domenii: automotive, FMCG, optică, construcții, tipografie – ceea ce constituie un avantaj în analiza proiectelor.

Responsabilul SMI (competențe de SSM, RSVTI) precum și ceilalți oameni din echipă au terminat liceul.

Echipa IRCA SISTEM care se ocupă de implementare proiecte au experiență în domenii ca: FMCG, sudură, construcții metalice etc.

Șefii de proiect se aleg în funcție de realizările anterioare și, uneori, chiar la dorința oamenilor de a evolua. În acest caz, firesc, suntem în spatele acestora, pentru a-i ajuta și pentru a le crește încrederea în forțele lor.

Colaborăm cu diferite companii de instruire profesională în domenii ca: R.S.V.T.I., sudură metale și electrofuziune, SSM, SMI, schelar etc.

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

În primul rând este comunicarea fără restricții – absolut toate problemele care apar trebuie cunoscute de echipa de management. Numai în acest fel putem preîntâmpina eventuale disfuncționalități în activitățile zilnice.

Desemnarea unui responsabil de proiect – care va ține legătura între IRCA SISTEM și client. Acest lucru generează încredere în forțele proprii și dorința de a demonstra că numirea pe acest proiect nu este întâmplătoare.

Suntem alături de echipă în momentul în care apar situații care le depășesc competențele. Este foarte important ca echipa să simtă că este cineva care poate să ia o decizie care să deblocheze proiectul aflat într-o fază critică.

Efectuarea de specializări pe diferite competențe crește oportunitatea de dezvoltare personală și ajută compania să crească, implicit numărul de comenzi. Motivarea financiară ocupă un loc distinct în cadrul echipei. Se acordă prime lunare pentru implicare și finalizarea proiectului la termen.

Este important pentru un viitor angajat la IRCA SISTEM:

- Să lucreze în echipă – este nevoie de un timp de adaptare, clar, însă este necesar ca echipa să meargă mai departe ca un tot unitar.
- Să aibă viziune – să înțeleagă procesul, să și-l imagineze, astfel încât să poată să planifice următorii pași.

Pot să spun, cu mândrie, că oamenii care fac parte din echipa IRCA SISTEM au aceste abilități dobândite de-a lungul anilor. În acest moment, nu sunt proiecte care să îi pună în dificultate. O prezentare a proiectului, planurile detaliate, termenul de execuție, materiale necesare – sunt suficiente ca echipa să ducă mai departe proiectul și echipa de management să se concentreze pe următoarele proiecte. Certificarea ISO – 9001, 14001, 45001 – a deschis oportunități pentru noi clienți. Responsabilul SMI ne ajută să demonstrăm clienților că avem un proces bine pus la punct, că serviciile oferite de IRCA SISTEM sunt predictibile în termeni de calitate,

sănătate și securitate în muncă și minimizare impact asupra mediului. Atu-ul IRCA SISTEM este specializarea continuă. Nu poți accede pe o piață în continuă mișcare și reorganizare, fără să ai personal care să facă față provocărilor inerente.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră?

În special din FMCG, însă avem proiecte și cu companii care activează în domeniul construcțiilor. Permanent, încercăm să ne extindem portofoliul de clienți, indiferent de domeniul lor de activitate. Sunt domenii destul de dificile datorită condițiilor mai stricte de producție, însă nu este un impediment pentru noi. Ne adaptăm la aceste condiții, le înțelegem și le respectăm. Suntem întotdeauna aproape de client. Pentru noi, important este să înțelegem cerințele clientului și să ne transpunem în realitatea lui. Nu poți să realizezi un proiect fără să armonizezi viziunea clientului cu viziunea ta. Avem multe de învățat din proiectele executate, însă cel mai important lucru este relaționarea cu clientul. Acesta dorește să fie aproape de el, să îl simți fără să îți spună acest lucru, să propui o soluție – care uneori este radicală în ceea ce privește implementarea proiectului în realitate. În acest secol al vitezei, al inteligenței artificiale care face parte din viața noastră tot mai pregnant, important pentru noi este să menținem o cale clasică de comunicare cu clientul. Mailul, sms și alte forme scrise sunt bune până la un moment dat. Preferăm comunicarea la telefon, față în față, creionul, hârtia, desenul – sunt forme de comunicare care creează empatie și conflicte de idei - din care rezultă, întotdeauna, soluția care face ca proiectul să meargă fără sincope.



Cum au evoluat cerințele clienților și complexitatea proiectelor la care ați lucrat, în ultimii ani?

Tehnologiile au evoluat, mentalitatea clienților a evoluat, specializarea oamenilor a evoluat ca să facă față noilor provocări. Inevitabil, și cerințele managementului de proiect au crescut și au căutat companii care să fie capabile să le implementeze viziunile. Ca răspuns la aceste provocări, am conceput un program de instruire a angajaților și a managementului IRCA SISTEM, pentru a rămâne în sfera competitivității – specializare, costuri, soluționare, implementare.

Proiectele au crescut în complexitate și fiecare dintre ele reprezintă un RESET al modului de soluționare și implementare. Din fiecare proiect tragem învățăminte – SSM, cerințe de echipamente suplimentare etc. Se efectuează o analiză SWOT, care se are în vedere pentru viitoarele proiecte. Important pentru noi este feedback-ul primit de la client. A merge pe principiul – așa a zis clientul, așa facem – este o mare greșeală care poate descalifica o companie în fața clientului.

Analiza caietului de sarcini, discuțiile ulterioare pe marginea acestui caiet, vizite la sediul clientului, propunerea de soluții alternative pe care clientul, poate, nu le-a luat în considerare, creează încrederea că suntem acolo pentru el, pentru nevoile lui. Clientul este o persoană ocupată – ea se ocupă de managementul unei întregi fabrici care trebuie să producă, să aducă profit.

Acesta nu are posibilitatea de a aloca timp suficient pentru găsirea unei soluții ideale pentru îmbunătățirea proceselor sale. Din această cauză are nevoie de companii – cum este IRCA SISTEM – care vine în întâmpinarea nevoilor sale prin oferirea unui pachet complet: proiectare, achiziție, implementare, punere în funcțiune. Comunicarea permanentă cu clientul, flexibilitatea implementării proiectelor fac din IRCA SISTEM un partener constant în realizarea diferitelor proiecte.

IRCA SISTEM este un partener de “24 H / 7 days / week” – au fost și sunt situații în care suntem sunați să rezolvăm situații critice care apar din diferite motive și care afectează producția. Faptul că rezolvăm aceste avarii prin soluții de urgență ca



impactul asupra producției să fie minim – recomandă IRCA SISTEM ca un partener de drum lung.

Cum apreciați colaborarea cu ISCIR (Inspekția de Stat pentru Controlul Cazanelor, Recipientelor sub Presiune și Instalațiilor de Ridicat)?

ISCIR și CNCIR sunt autoritățile de stat care elaborează procedurile de introducere și exploatare a echipamentelor de ridicat și sub presiune. Aceste echipamente necesită o atenție deosebită, o specializare conformă a personalului care le exploatează.

Aceste două instituții au ca reprezentant în teritoriu o persoană numită R.S.V.T.I. care are grijă ca aceste proceduri să fie respectate. Trebuie să fie permanent o comunicare între RSVTI și aceste două instituții, pentru armonizarea cerințelor care apar. Anual, apar noi completări la actualele proceduri. Inspectorii care lucrează în aceste două instituții sunt foarte bine pregătiți și, cel mai important lucru din punct de vedere al R.S.V.T.I.-ului, consiliază clientul pentru alinierea la aceste cerințe.

De-alungul timpului, IRCA SISTEM, a dezvoltat o comunicare solidă cu aceste instituții – prin întâlniri la sediul CNCIR sau ISCIR – pentru a putea să înțelegem modul de interpretare a procedurilor, cum să exploatăm echipamentele supuse acestor reguli, în condiții de maximă securitate în muncă.

Însăși inspectorii trimit informații cu privire la modificările care vor avea loc, pentru a avea timp să ne aliniem la noile proceduri.

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

Evident, ne dorim ca acest business să crească, să ne consolidăm poziția pe această piață care este din ce în

ce mai competitivă.

Intenționăm să ne construim o hală – demersurile în acest sunt făcute de 2 ani, însă ne lovim de zidul impenetrabil al administrației locale – pentru a putea să intrăm pe un nou segment de piață – PRODUCȚIE. Costurile cu încălzirea pe timp de iarnă crescând datorită incrementării prețurilor la gaze naturale, cerințele oamenilor de a realiza o izolare cât mai eficientă a caselor, pentru minimizarea pierderilor de căldură, au creat oportunitatea de a implementa o nouă tehnologie care poate reduce consumul de gaze naturale.

Totul a pornit cu analiza suprafețelor care sunt cele mai predispușe transferului termic – geamurile – chiar dacă sunt termopan. Sticla – chiar și două straturi cu gaz inert între ele – permite transferul termic între interior și exterior, rezultând un consum mai mare de gaz natural. O altă cerință la care trebuie să ne aliniem este minimizarea amprentei de carbon a clădirii respective – apropierea cât mai mult de conceptul de casă verde. Se va crea o nouă divizie a IRCA SISTEM care se va ocupa de implementarea și distribuția pe piață a acestor produse.

Noua tehnologie pe care IRCA SISTEM vrea să o aducă în România este acoperirea metalică în vid a sticlei.

Aceasta permite ca sticla să devină o barieră termică care să nu permită transferul termic dintre interior și exterior – cum funcționează încălzirea în parbriz.

Avantaje :

1. Reducere consum de combustibili fosili.
2. Alimentare acoperire sticlă prin intermediul tensiunii generate de panourile fotovoltaice – consum ZERO.
3. Se poate renunța la geamurile tripan – cost de construcție redus.
4. Inofensivă pentru animale de companie.

“Suntem alături de echipă în momentul în care apar situații care le depășesc competențele. Este foarte important ca echipa să simtă că este cineva care poate să ia o decizie care să deblocheze proiectul aflat într-o fază critică.

“Noua tehnologie pe care IRCA SISTEM vrea să o aducă în România este acoperirea metalică în vid a sticlei. Aceasta permite ca sticla să devină o barieră termică care să nu permită transferul termic dintre interior și exterior – cum funcționează încălzirea în parbriz.

Cu toate că această tehnologie s-a dezvoltat pentru clădirile noi construite, în care se montează geamuri noi, este în curs de dezvoltare și un mod de implementare a acestei tehnologii pentru clădirile deja construite. Este o tehnologie sustenabilă pentru clădirile de birouri care conțin fațade de sticlă și pentru care costurile cu încălzirea sunt destul de mari.

Ce sfaturi aveți pentru antreprenorii care doresc să intre pe această piață - RSVTI și Facility Management?

Trebuie ținut cont de câteva aspecte importante:

- Cunoașterea profilului clientului: ramură de activitate, producție / servicii, tipuri de bunuri etc. Tot ce poate să ajute, pentru o evaluare corectă a capacităților proprii de a face față cerințelor clientului.
- Evaluarea personalului propriu în raport cu modul de lucru al clientului: reguli SSM, echipamente de muncă și de lucru, termene etc.
- Specializare personal propriu pe diferite categorii de activități, pentru a putea răspunde unei game mai mari de servicii cerute de client: sudor, electrician, etc. În general, proiectele sunt complexe și acoperă o arie mai mare de activități – electrică, mecanică, schelar etc.
- Crearea unei baze minime de materiale și echipamente pentru a putea răspunde imediat la cerințele clientului.
- Comunicare permanentă cu clientul în cadrul implementării proiectului. În orice moment, clientul trebuie să știe stadiul proiectului. În cazul apariției situațiilor neprevăzute, o informare prealabilă corectă a clientului, îl va ajuta pe acesta să limiteze consecințele nedorite.

- Orice ofertă de servicii sau implementare proiecte să se facă numai după o vizită prealabilă la client, indiferent dacă a fost transmisă documentația inițială. Vizita va arăta clientului că ești interesat de proiect și vei putea afla informații noi care au fost omise, din grabă, din documentația inițială.
- Desemnare personal cu cunoștințe temeinice de proces, pentru desemnare persoană responsabilă R.S.V.T.I. Acesta trebuie să fie persoana de legătură între ISCIR, CNCIR și client. Altfel, pot să apară incidente și chiar accidente. Acesta trebuie să respecte legea și, la nevoie, să ceară ajutorul inspectorilor de specialitate.

Aceste sunt doar câteva din principalele atu-uri de care să se țină cont la început de drum. Nu este un drum ușor, trebuie să aveți încredere în forțele proprii, să vă evaluați corect capacitățile, să fiți aproape de client întotdeauna – un client care știe că în situațiile critice poate apela la voi și puteți furniza o soluție de urgență care să nu oprească producția – este un client permanent al vostru și vă va ajuta să vă dezvoltați.

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

Administrația locală Ploiești a creat un zid impenetrabil de birocrație și nu pune accent pe dezvoltarea zonelor industriale. Toate demersurile făcute au fost inutile și am primit numai amânări pe termen nedefinit. În consecință, ne-am îndreptat atenția către alte zone, din alte localități limitrofe, unde am găsit o deschidere la care nu ne așteptam – primarii erau bucuroși că se dezvoltă zona, au oamenii de lucru, taxele vin la ei.

Surprinzător, autorizațiile și avizele care țin de primărie vin mai repede decât termenul legal – asta denotă dorința primarului de a face ceva pentru comunitate.

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

Sunt format din punct de vedere profesional în anii '80 – '90, unde cartea în

format fizic era singurul mod de a acumula informația.

Mulțumesc pe această cale tuturor profesorilor din școala generală, liceu, facultate, care mi-au cultivat dragostea de a avea o carte în mână. Datorită lor, sunt inginerul care sunt astăzi.

Mi-am descoperit o nouă pasiune – la îndemnul unei prietene foarte bune – psihogenealogia. Mi-a dat posibilitatea de a vedea altfel lucrurile și de a lua decizii care, pe moment, par hazardate. Îmi place să petrec timp cu familia, să ne

urcăm în mașină sâmbătă și să mergem să mâncăm ceva în portul Tomis din Constanța – de exemplu.

Un alt mod de relaxare – acum doi ani am făcut școala moto și acum sunt mândrul posesor al unui motor Yamaha V-Star 1100, cu care mă plimb în weekend sau merg cu el la servicii.



IRCA
INSTALAȚII DE RIDICAT
CAZANE ABUR

Dezvoltă-ți afacerea cu un partener juridic
de încredere și costuri prietenoase.



Av. Adelina Miloșioiu
Cabinet de Avocatură

Un suport juridic accesibil pentru un start-up de succes.
Onorarii concepute special pentru micile afaceri.

Investiție mică – protecție mare:
abonamente juridice începând de la 100€ pe lună.

O investiție avantajoasă pentru viitorul afacerii tale.
Proceduri în fața Registrului Comerțului, obținere autorizații
de funcționare, recuperare creanțe, litigii comerciale,
reprezentare în fața organismelor de control.
Consultați site-ul cabinetului pentru mai multe detalii.

Pentru afaceri la început de drum – servicii juridice cu adevărat accesibile.



0763644008

office@avocat-milosioiu.ro

avocat-milosioiu.ro

Companiile importante din România ar trebui să privească cu mai mult interes spre piața egipteană

Interviu cu E.S. Olivia Todorean,
Ambasador extraordinar și plenipotențiar al României în Republica Arabă Egipt

Olivia Todorean este diplomat de carieră și ocupă în prezent poziția de ambasador al României în Republica Arabă Egipt. Anterior, în cadrul Ministerului Afacerilor Externe al României, a deținut poziția de director pentru Planificare politică (2006 – 2010, 2016 – 2020), adjunct al ambasadorului României în Regatul Belgiei și însărcinat cu afaceri pentru anumite perioade, precum și cea de director general al Departamentului de Afaceri Globale (structura gestionează relațiile bilaterale cu țări din Orientul Mijlociu, Asia – Pacific, America Latină și zona Caraibelor, 2021 – 2023).

A început activitatea în cadrul MAE român în 2003, iar anterior a lucrat în mediul academic ca asistent și lector universitar în Relații internaționale, în cadrul Facultății de Științe Politice și Administrație Publică, Universitatea Babes-Bolyai din Cluj. După încheierea carierei universitare, a continuat să publice diverse lucrări în domeniul relațiilor

internaționale, cărți și articole referitoare la teorii ale relațiilor internaționale, analiză de politică externă, teorii ale dezvoltării și gen în relații internaționale.

Are o diplomă de master obținută în cadrul Universității din Manchester (1999) și un doctorat în cadrul Școlii Naționale de Științe Politice și Administrație Publică (București, 2006), ambele în domeniul Științe Politice/Relații Internaționale. A fost beneficiara unor granturi oferite de Proiectul pentru Educație Civică (România), Michigan University (SUA), Sussex University (UK), Central European University (Ungaria) și European University Institute (Florența, Italia).

Are gradul diplomatic de ambasador, acordat prin decret prezidențial la 1 septembrie 2022. A primit două distincții publice din partea președintelui României: medalia pentru Merit Diplomatic în 2007 și decorația Merit Diplomatic în rang de cavaler, în 2019.

Ați preluat postul de ambasador în luna octombrie 2023. În această perioadă ați organizat o serie de evenimente economice și culturale, care au promovat România și companiile noastre pe piața egipteană. Care sunt domeniile în care firmele românești ar trebui să se uite cu mai mult curaj spre exporturi în Egipt sau spre cooperări în parteneriat cu companii egiptene?

Haideți să începem cu anumite elemente despre Egipt pentru cititorii dumneavoastră, interesați de o lectură economică. Cred că țara e binecunoscută românilor mai ales ca destinație turistică, mai puțin cunoscută economic, politic sau chiar cultural – în sensul succeselor sale artistice contemporane. Când vorbesc despre Egipt cu oamenii de afaceri din România care ni

se adresează, fie eu personal, fie consilierul economic al Ambasadei, un om cu multă experiență practică, în teren, le spunem mereu că Egiptul este o țară esențială în trei zone strategice: Orientul Mijlociu, continentul african și bazinul mediteraneeu. Dacă intri pe piața egipteană, se deschid perspective mai ușoare și spre alte piețe regionale. Egiptul are o poziție strategică la Marea Mediterană și la Marea Roșie, deține Canalul de Suez a cărei zonă economică liberă se extinde continuu, are o piață de aproape 110 milioane de locuitori, între care 35% populație foarte tânără, dar este în conexiuni economice intense cu Africa și Orientul Mijlociu. Acestor atu-uri de geografie economică li se adaugă altele, care reies din misiunea mea diplomatică de fiecare zi: relațiile bilaterale sunt foarte

bune și oferă un context favorabil pentru o proiecție economică mai consistentă a conexiunilor politice și culturale foarte bune. Autoritățile egiptene sunt deschise la mai multe cooperări cu România în diferite domenii, astfel că încurajez oamenii de afaceri români care se gândesc să se extindă spre această zonă (prin exporturi, delocalizări sau chiar *joint ventures*) să ne dea de veste cu încredere, fără ezitări – aprofundarea reală, dincolo de retorică, a relațiilor economice bilaterale este cea mai importantă prioritate a mandatului meu. Aceasta dat fiind că, după cum afirmam anterior, relațiile politice și în alte domenii sunt foarte bune și dinamice. Mai este un factor cunoscut la nivelul Ambasadei, prin însăși rolul nostru, pe care mediile economice din România merită să îl cunoască: în ultimii ani autoritățile

egiptene, pe baza orientărilor fixate de președintele Abdel Fattah El Sisi și urmărite sistematic de guvernul premierului Moustafa Madbouly, au promovat și promovează o agendă de modernizare accelerată a țării, în toate domeniile. Au fost realizate proiecte absolut impresionante de infrastructură, în mod special de transport și logistică (autostrăzi cu 3-4 benzi pe sens străbat țara până la cele mai îndepărtate destinații, au fost construite porturi maritime noi, se implementează conceptul de *porturi uscate*, zone economice libere, huburi logistice și de depozitare la volume impresionante). Strategia de dezvoltare socio-economică a țării, denumită *Viziunea 2030*, își propune dezvoltarea unei economii moderne, digitalizate, în care sectorul serviciilor și al producerii de bunuri la export cresc substanțial; la fel, sunt vizate educația și sănătatea pentru formarea treptată a unei forțe de muncă tot mai bine calificate, industrializarea țării în mod intensiv pe anumite sectoare, transformarea agriculturii prin cele mai noi tehnologii. Toți acești factori creează multe oportunități pentru firmele românești atât în exporturi de produse, servicii și expertiză, cât și în parteneriate. Avem astfel de exemple de succes deja stabilite, dar insuficiente față de atuurile celor două economii.

Pentru a fi și mai concretă, companiile importante din România ar trebui să privească cu mai mult interes spre piața egipteană, în special pe domenii precum:

1. Construcții și infrastructură – Egiptul investește masiv în orașe noi (de exemplu Noua Capitală Administrativă), autostrăzi, căi ferate și porturi. Firmele românești din domeniul materialelor de construcții (beton prefabricat, panouri *sandwich*, instalații electrice și sanitare) sau din execuția de lucrări (inclusiv proiectare) pot colabora cu dezvoltatorii egipteni;

2. Agroindustrie și tehnologii agricole – datorită dezvoltării zonelor agricole, Egiptul are nevoie de tehnologii pentru irigații, sere, procesare alimentară, depozitare la rece potrivit standardelor UE etc. Astfel, România poate fi unul din principalii exportatori de echipamente agricole, tractoare, sisteme de irigație, know-how în agricultură de precizie sau în domenii de



Prezentarea scrisorilor de acreditare la E.S. președintele Abdelfattah El Sisi

inovare agricolă. Există legături pe linie de cercetare agricolă între cele două țări, le încurajăm și noi permanent dar totodată, promovăm în dialogurile mele la Cairo și la București, importanța transferării acestor rezultate în proiecte economice concrete, profitabile ambelor părți;

3. Industria alimentară și procesare – există un real potențial de export al produselor românești, pe baza unei cunoașteri

documentată și a unui marketing adecvat pieței egiptene (brânzeturi, conserve, dulciuri, mezeluri halal, apă minerală, vinuri – pentru sectorul de HoReCa) – lucrăm intens pe toate aceste domenii și sperăm să vedem rezultatele, în anii următori;

4. Energie și echipamente industriale – în ultima perioadă piața egipteană a devenit tot mai atractivă pentru companiile din România, astfel că avem la acest moment



Primirea la președintele Arab Organization for Industrialization Mokhtar Abdellatif pentru promovarea unor proiecte de cooperare industrială



Alături de companiile românești la EGPES 2025, una dintre cele mai mari expoziții din domeniul energetic din lume organizată anual la Cairo

investiții reciproce și primele *joint ventures* atât în Egipt, cât și în România. Oportunitățile ar fi însă mult mai numeroase, și am în vedere eforturi pentru a promova noi produse românești la export precum: transformatoare, pompe industriale, turbine, componente pentru rafinării sau centrale electrice, alte utilaje și piese de utilaje industriale etc.

5. IT și digitalizare – Fiind o piață în creștere și continuă dezvoltare, cu autorități publice aflate în diferite stadii ale procesului de digitalizare, există cerere pentru soluții software, e-guvernare, educație digitală și securitate cibernetică. Un astfel de domeniu nou al relațiilor ar putea fi deschis inclusiv prin inițierea unui dialog interguvernamental specific, mai ales că vorbim de procese conduse de instituțiile de

stat din Egipt. Încurajez astfel de propuneri, ca o tatonare de ambele părți, dar activitatea mea este foarte intensă, așa încât prioritizerez pentru moment domeniile în care discutăm idei și elemente foarte concrete, cu *stakeholderi* cunoscuți din ambele țări.

6. Sănătate și produse farmaceutice - Cred că și aici s-ar putea deschide perspective profitabile, într-o primă fază de export, ulterior poate chiar de producție delocalizată, pentru echipamente medicale, mobilier spitalicesc, instrumentar chirurgical, colaborări în domeniul medicamentelor generice, suplimentelor alimentare.

7. Personal încerc să încurajez și contactele culturale-artistice care ar putea duce la proiecte comune în industria de

entertainment și în cea cinematografică, pe baza unor aspecte similare și a unor complementarități utile, dar aici, ca în domeniul IT și al sănătății, drumul nu e atât de bine conturat în această etapă, întrucât actorii relevanți din România nu au arătat un interes suficient de concret sau de susținut. Îmi rămâne pe radar și aş mobiliza oricând eforturile misiunii, dacă aş identifica proiecte concrete și serioase ale oricărei părți.

Egiptul este unul dintre cei mai mari parteneri economici ai României în Orientul Mijlociu și Africa, oscilând ca poziționare în topul primelor trei țări partenere. Care este nivelul actual al schimburilor comerciale? Ce produse exportăm noi și ce produse importăm?

Ca țară orientată spre sectorul turistic, Egiptul a fost lovit economic masiv de consecințele pandemiei de Covid-19. A urmat războiul din Ucraina care a marcat aprovizionarea cu cereale a țării, dependentă în mare măsură de grânele importate, pentru securitatea alimentară a populației – pâinea tradițională este puternic subvenționată de guvern pentru a fi accesibilă oricărei familii indiferent de venituri. A urmat criza din Fâșia Gaza, refugiații, insecuritatea regională extinsă și la Marea Roșie prin atacurile forțelor Houthi care au dus la scăderea masivă a traficului maritim comercial prin Canalul de Suez. Ca urmare, în ultimii trei ani economia egipteană se luptă cu provocări geopolitice de amploare, dar și cu dificultățile inerente unui proces amplu de reformare economică – am trecut și noi ca țară prin aceste etape dureroase uneori pentru populație, în anii 1990 și la începutul anilor 2000. Aceste tendințe geopolitice au avut impact și asupra comerțului bilateral și poziționării Egiptului în topul partenerilor României în Orient și Africa. În anul 2023, valoarea totală a schimburilor comerciale ale României cu Egipt a fost de 1,1 miliarde USD, cu o descreștere de 14% față de anul 2022. Exporturile românești pe piața egipteană au scăzut cu 29%, ajungând la valoarea de 582 milioane USD. Importurile în România de mărfuri egiptene au crescut cu 13%, până la valoarea totală de 521 milioane USD. Soldul balanței comerciale s-a

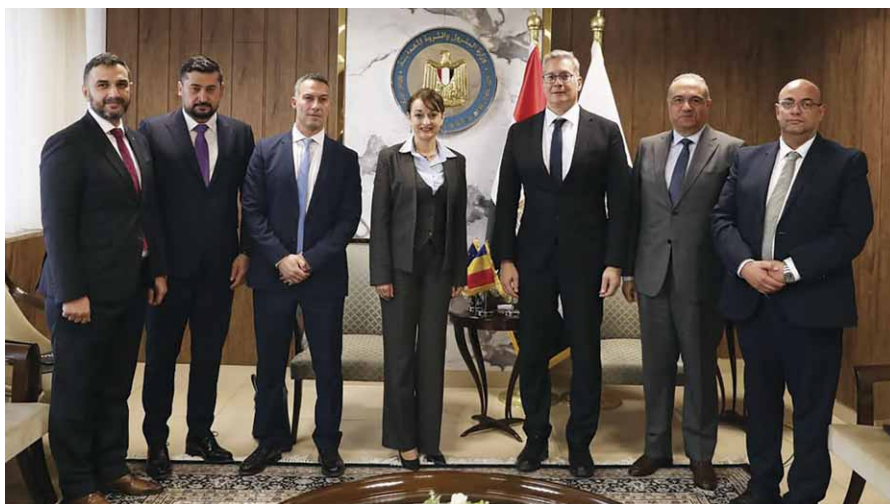


Discuții despre posibile înfrățiri locale cu guvernatorul Alexandriei, viceamiral Ahmed Khaled Saeed

menținut unul pozitiv, în favoarea României, fiind în sumă de 61 milioane USD.

În anul 2024 schimburile comerciale totale pe relația cu R. A. Egipt au fost de 1,14 milioane USD, înregistrând o ușoară creștere. Din păcate pentru interesele României, exporturile românești în Egipt, în anul 2024, au scăzut la 499,00 milioane USD, în timp ce importurile din Egipt au fost în valoare de 642,10 milioane USD, cu o creștere de 23,20% față de aceeași perioadă a anului 2023. Este pentru prima oară în mulți ani când vedem o inversare a balanței comerciale, ceea ce mă motivează și mai mult să încurajez producătorii români să aibă în vedere extinderea către piața egipteană. Este o economie cu un anumit specific, diferit desigur de o economie din UE, dar cu determinare și o abordare profesionistă de *business*, alături de sprijinul pe care Ambasada este dispusă să îl ofere mereu actorilor economici serioși, se poate ajunge la noi rezultate record. Îmi doresc foarte mult acest lucru, pentru că repet, ingredientele succesului există și sunt profund convinsă că piața economică a Egiptului este o piață de viitor, în care trebuie intrat acum ca moment de oportunitate maximă.

În anul 2024, printre exporturile noastre s-au numărat: produse ale regnului vegetal, în mod special grâu și porumb (rămânem a treia țară ca sursă de import de grâu pentru Egipt, cu circa 1 milion de tone /an, dar la mare distanță de ceilalți doi furnizori, Rusia și Ucraina; produse minerale); lemn, cărbune de lemn și articole de lemn; materiale plastice și cauciuc; hârtie și carton, articole din pastă de celuloză; metale comune și articole din metale comune; mașini, aparate și materiale electrice și părți ale acestora; reactori nucleari, boilere, mașini și dispozitive mecanice; automobile, tractoare, biciclete, alte vehicule, accesorii; produse ale industriei chimice și ale industriilor conexe. La capitolul importuri, avem diverse produse ale regnului vegetal mai ales legume și fructe; produse ale industriei chimice; produse alimentare; materiale plastice și cauciuc; materiale textile și articole din textile; articole din piatră, ipsos, ciment, azbest, produse ceramice, sticlă și articole din sticlă; metale comune și articole din metale comune; produse minerale.



Primirea ambasadoarei României, alături de companii românești, la ministrul Petrolului și Resurselor Minerale, domnul Karim Badawi

Ce demersuri trebuie să facă o companie cu capital românesc care ar dori să pătrundă pe piața din Egipt? Ce sprijin poate oferi echipa pe care o conduceți?

Piața egipteană are specificitățile ei, fie ele cele instituționale și legislative, fie altele date de profilul socio-economic și modul de viață. Statul este un actor economic fundamental nu doar prin funcția executivă sau cea legislativă, ci și în calitate de deținător al infrastructurii, al unor companii de mari dimensiuni etc. Sunt în curs procese de privatizare recomandate și de FMI și Banca Mondială, dar statul rămâne și decidentul, și un jucător important. De aceea, este nevoie de buna înțelegere a pieței și stabilirea unor contacte solide, de

încredere, pentru construirea unor proiecte de afaceri cu o anumită importanță. Pentru ca o companie cu capital românesc să pătrundă pe piața din Egipt, este necesar să urmeze o serie pași esențiali, unii similari de altfel cu extinderea pe orice piață. Este astfel nevoie de analiza pieței și fixarea unei strategii de intrare. Acestea trebuie să clarifice aspecte precum evaluarea cererii și a concurenței în domeniul de activitate al companiei; identificarea reglementărilor locale și a eventualelor restricții de acces pe piață; alegerea unei strategii de intrare: export direct, parteneriat local, înființarea unei filiale sau achiziția unei companii existente. O altă etapă este deciderea tipului de entitate juridică de înființat și înregistrarea în Egipt: înregistrarea unei companii în Egipt; colaborarea cu un avocat



Consultările doamnei Luminița Odobescu, ministra afacerilor externe a României cu omologul egiptean, domnul Badr Abdelatty, Cairo 20 octombrie 2024



Lucrările Forumului de afaceri România-Egipt organizat în marja Comisiei mixte cu participarea ministrului Ștefan Radu Oprea și a ministrei Rania Al Mashat

sau consultant local pentru redactarea actelor constitutive; obținerea licențelor și autorizațiilor necesare în funcție de domeniul de activitate. Urmează apoi stabilirea aspectelor fiscale și bancare: înregistrarea la autoritățile fiscale egiptene și obținerea unui cod de identificare fiscală; deschiderea unui cont bancar local pentru operațiunile financiare; informarea asupra regimului TVA și a altor taxe aplicabile. Toate aceste procese pot dura, întrucât cerințele

birocratice sunt destul de numeroase, iar o parte dintre acestea nu sunt digitalizate încă. Urmează apoi și partea de recrutare și managementul resurselor umane, pentru care este nevoie de înțelegerea legislației muncii din Egipt; angajarea de personal local sau străini rezidenți în Egipt; stabilirea unui sistem de salarizare și beneficii conform normelor locale. În orice nou proiect de afaceri de talie medie sau mare, trebuie acordată atenție relației cu autoritățile și

sprijinului guvernamental care ar putea fi acordat, de partea egipteană, de exemplu prin posibilitatea de a accesa programe de sprijin pentru investițiile străine (autohtone sau provenind din fonduri externe acordate Egiptului).

Recomand dialogul cu Ambasada României în Egipt încă din etapa analizării potențiale a Egiptului pentru proiecte de afaceri românești (exporturi sau altele). Dialogul se face în principal prin intermediul Biroului de Promovare Comercial-Economică din cadrul Ambasadei, ale cărui coordonate le găsiți pe pagina noastră de internet. La rândul meu, în măsura în care constatăm că avem de a face cu propuneri și interlocutori serioși, cu impact pozitiv asupra relațiilor economice bilaterale, sunt deschisă să mă implic personal – desigur, în cadrul definit de mandatul primit și de legile române - în toate etapele unde consider că pot face o diferență pozitivă pentru adoptarea unei decizii a companiilor românești sau cu instituțiile și alți parteneri egipteni. Sprijinul pe care echipa pe care o coordonez îl poate oferi inițiativelor companiilor românești este acela de facilitare a unei orientări inițiale pe piața egipteană și în arhitectura instituțională egipteană, de îndrumare pe liniile enumerate mai sus în etapa premergătoare angajării unor specialiști specifici fiecărei etape. Firmele trebuie să



Semnarea unor memorandumuri în domeniul energiei cu ocazia Comisiei Economice Mixte, București 9 octombrie 2024

aibă în vedere că putem acorda asistență diplomatică și instituțională prin facilitarea contactelor cu autoritățile egiptene relevante pentru domeniul de activitate al companiei; sprijin în înțelegerea reglementărilor locale privind investițiile străine; recomandări privind structura juridică optimă, libertatea de decizie fiind a actorului economic însă. Putem oferi și sprijin prin networking relevant, între care conectarea cu Camerele de Comerț și alte organisme de afaceri bilaterale; organizarea sau sprijinirea participării la evenimente economice și târguri internaționale din Egipt; recomandarea de parteneri locali serioși, inclusiv consultanți juridici, fiscali și de resurse umane; recomandări privind protecția investițiilor și evitarea riscurilor economice sau legislative. O altă formă de sprijin sunt demersurile în domeniul logistic și administrativ. Dau câteva exemple: oferirea de informații despre reglementările privind vizele de afaceri și permisele de muncă pentru rezidenții străini; sprijin pentru delegațiile de afaceri românești care vizitează Egiptul; ghidaj de bază în procesul de deschidere a unui cont bancar și înregistrare fiscală în Egipt, urmând ca procesul în sine să se realizeze prin companii specializate. Ambasada acompaniază actorii economici români pe tot parcursul unui proiect de afaceri, în aspecte care îi revin ca atribuții și până la un anumit nivel de detaliere. Pentru că trebuie clarificat pentru cititori că rostul misiunii noastre diplomatice este de facilitare, promovare a intereselor românești, deschidere de uși, oferire de informații generale utile, dar nu avem prerogativele și nici nu am putea să ne substituim unor companii specializate în domeniul juridic, fiscal, bancar, de resurse umane de care este nevoie în cazul proiectelor cu o oarecare amploare.

Egiptul are de curând o nouă capitală administrativă. Ce provocări a avut echipa dumneavoastră datorită acestui proces?

Într-adevăr, începând cu 2024, am asistat la procesul de mutare treptată a tuturor instituțiilor centrale ale Egiptului în Noua Capitală Administrativă – un oraș nou, construit de la 0 în ultimii 5-6 ani, menit să

mute centrul de greutate al activității guvernamentale într-o zonă mai favorabilă acestuia din punct de vedere al spațiului, traficului, infrastructurii fizice și de IT, al securității. Un oraș nou menit să comunice un mesaj despre noul Egipt sau Noua Republică așa cum o numesc autoritățile – un mesaj al modernității și contemporaneității Egiptului, al realizărilor de amploare extraordinară în timpi record, al facilitării unei vieți politice, administrative, financiare și culturale în pas cu vremurile și cu importanța țării pe plan regional și global. Cu o populație de 22 milioane de locuitori în Cairo metropolitan, vechiul oraș, în pofida farmecului său unic, are constrângeri fizice inevitabile și limite inerente în modernizarea conceptului de urbanism pentru a ajunge la parametri necesari actualmente. Traficul în Cairo este, o recunosc sincer, o adevărată provocare. El este celebru în lume pentru intensitatea sa la cote greu de imaginat chiar și pentru bucureșteni – aș glumi cunoscând nemulțumirile noastre tipice ca locuitori ai Capitalei. Ca urmare a acestui proces de mutare și „naștere” a unui nou oraș, ne adaptăm și noi permanent la Ambasadă la noua realitate, prin două tipuri de răspunsuri: un set de răspunsuri punctuale, pe termen scurt, inițiate la nivelul Ambasadei; un set de răspunsuri pe termen mediu-lung, care vor fi decise de Guvernul României, plecând de la informațiile și recomandările misiunii noastre diplomatice

și de la alte considerente specifice unor astfel de decizii. Între măsurile punctuale, am început cu propria agendă și ritm: am integrat distanța de 156 km dus-întors între sediul Ambasadei și sediul MAE egiptean, ca și al altor ministere, în rutina de muncă. Grupez pe cât pot întâlnirile la sediile ministerelor pentru a atinge mai multe scopuri cu un singur drum, am identificat tipurile de muncă pe care le pot realiza în mașină pentru cele 2-3 ore în care sunt în deplasare spre sau dinspre noul sediu, organizez activitatea colegilor și corespondența diplomatică pentru a realiza cât mai multe lucruri cu ocazia unei singure deplasări.

Trebuie să spun că MAE egiptean încurajează puternic toate statele să mute permanent sediul misiunilor diplomatice în noul oraș. Guvernul României și MAE român au în vedere acest obiectiv dar el necesită demersuri de durată, care au fost inițiate și se derulează simultan cu această perioadă de tranziție a autorităților egiptene și a corpului funcționarilor publici, spre noua capitală. Simt nevoia să mai completez, pentru cititorii români, că țara noastră are în proprietate o clădire impresionantă prin dimensiuni în cartierul diplomatic celebru al Cairo denumit Zamalek – o insulă verde în mijlocul Nilului, marcată de arhitectură de influență franceză, unde sunt amplasate foarte multe ambasade și reședințe ale ambasadorilor la Cairo. Ea a fost proiectată



Discuții cu ministrul sănătății și dezvoltării umane, domnul Khaled Abdelghaffar, la sediul din Noua Capitală Administrativă



Cu ministra planificării economice și cooperării internaționale, doamna Rania El Mashat, pregătind Comisia Economică Mixtă de la București

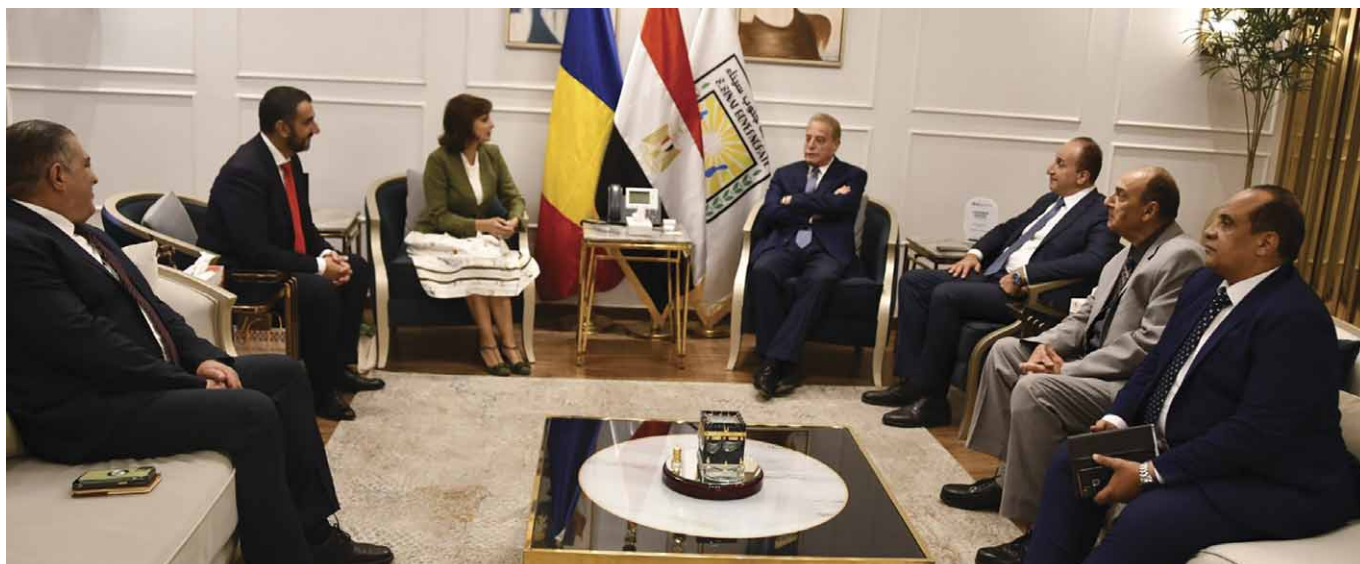
și construită de România pentru a răspunde tuturor funcțiilor unei ambasade, este o proprietate a statului foarte bine amplasată, care este în avantajul nostru și care are nevoie de mentenanță și valorificare atent gândită pe mai departe, întrucât o bună parte a vieții sociale, culturale și economice a Egiptului rămâne corelată și orașului vechi.

Egiptul și resorturile all-inclusive de la Marea Roșie au ajuns o destinație preferată a românilor. Ce le recomandă turiștilor din țara noastră să viziteze în Țara piramidelor?

Poate veți zâmbi dacă vă spun că pot face anumite recomandări, dar nu toate sunt experimentate personal. Postul la Cairo este unul complex și deosebit de solicitant, poate pe măsură profunzimii, istoriei și potențialului de dezvoltare în diferite domenii și proiecte noi. În plus, viața diplomatică este la rândul ei foarte intensă, Cairo având cel mai mare număr de ambasade de pe continentul african și găzduind și sediul Ligii Statelor Arabe pe lângă care sunt acreditate. De aceea, recunosc sincer că timpul liber este un concept destul de relativ și că visez, uneori,

la zile în care voi vedea și eu direct numeroasele frumuseți ale țării despre care aud și citesc. Pot să vă spun însă clar că Egiptul are mult mai multe de oferit, diverse și rare, decât oferta turistică litorală care ne este îndeobște cunoscută. Este o țară sigură în cele mai multe zone, foarte primitoare cu turiștii și în general, o țară ospitalieră prin felul de a fi al oamenilor. Profit de interviu să recomand călduros tuturor românilor să consulte sfaturile și avertizările de călătorie ale MAE român oriunde ar merge, inclusiv în Egipt, pentru că sunt deosebit de utile. La fel, să reamintesc, inclusiv din experiența la misiune în situații foarte dificile ale unor cetățeni români, că o asigurare de sănătate valabilă cu o valoare minimă a primei de asigurare de 30.000 euro este necesară pentru a avea o vacanță liniștită și a fi protejat în caz de probleme de sănătate neașteptate. Dacă vorbim de vacanțele la mare, chiar și la acest capitol, observ că românii merg mult la Marea Roșie, dar poate merită amintit că Egiptul are și un litoral mediteranean cu orașul istoric Alexandria dar și stațiuni complet noi care sunt preferate de alți turiști, precum Alamein și New Alamein. Egiptul este una dintre cele mai vechi civilizații umane, cu vestigii impresionante atât arheologic și

spiritual, cât și estetic, ca realizare artistică: ne gândim cu toții la cele trei piramide, dar lângă Cairo mai sunt precursorele lor, piramidele în zona Saqqara inclusiv prima piramidă construită vreodată în lume, care sunt de o frumusețe aparte și permit și vizitarea interioară cu mai multe minuni de descoperit decât cele din Giza. Trebuie să adaug zona Luxor, cu Valea Regilor, Valea Reginelor, Valea Nobililor unde pot fi vizitate morminte subterane ca adevărate temple pentru eternitate, de-o frumusețe și precizie arhitecturală și artistică greu de descris în cuvinte. Aswan cu templele sale, satele nubiene care păstrează autenticitatea conexiunilor africane ale țării, frumusețea Nilului superior, constituie o altă zonă uimitoare – ceea ce pot spune pe testate. Alexandria, la Marea Mediterană, combină trăsăturile și vestigiile unui port istoric datând din antichitate, cu atmosfera unei stațiuni la mare. Chiar dacă din bibliotecă și farul atât de celebre nu au mai rămas vestigii, marea la Alexandria rămâne de o frumusețe rară, iar Biblioteca Alexandrina, o construcție complet nouă, merită vizitată pentru conceptul arhitectonic extraordinar. Tot în această categorie de realizări contemporane ieșite din comun, trebuie să amintesc *Grand Egyptian Museum*, vizitabil deja în bună măsură. Deschiderea oficială al celui mai mare muzeu de egiptologie din lume va avea loc în data de 3 iulie 2025, cu o ceremonie fastuoasă. Muzeul promite deja să fie una dintre cele mai mari atracții la nivel mondial pentru pasionați ai civilizației faraonice. Lui i se mai adaugă Muzeul Național al Civilizației Egiptene, unde pot fi văzute 22 mumii de faraoni și regine consoarte, vechiul Muzeu Egiptean din Tahrir care deține colecții impresionante de artefacte antice, inclusiv mumii unice. Personal, îndrăgesc tot mai mult orașul medieval Cairo, care este probabil unul dintre cele mai mari fortărețe medievale cu ruine încă în picioare din lume. O vizită la Citadela lui Saladin și moscheea lui Mohamed Ali dezvăluie o priveliște superbă asupra orașului cu vestigiile sale medievale amestecate cu secolul XIX francez și dezvoltările urbane ulterioare. Arhitectura islamică din vechiul Cairo este spectaculoasă, de o frumusețe prea puțin cunoscută încă, ascunsă prin labirintul străduțelor care se întind din Bazarul Khan el



Vizită de lucru în Sinaul de Sud și discuții cu guvernatorul gral Khaled El Fouda despre relansarea cooperării descentralizate și sprijinirea turiștilor români

Khalil (vechiul centru comercial al cetății) și până sus la Citadelă (vechiul sediu al puterii politice, militare și administrative). Cairo este și un oraș al pelerinilor creștini, pentru că într-unul din vechile cartiere antice și ulterior medievale, se găsesc primele biserici creștine, peștera unde se spune că s-a ascuns pentru câteva zile Familia Sfântă în fuga ei în Egipt, temnița unde a fost închis Sf. Gheorghe și o primă biserică dedicată acestuia pe locul în care a fost ucis – toate locuri cu semnificații unice pentru credincioșii creștini.

Care sunt domeniile economice din România care pot prezenta un interes crescut pentru investitorii egipteni?

Datorită poziției sale strategice în Europa, accesului la piața UE, dar și la zona balcanică, est-europeană sau a Caucazului de Sud, relațiilor economice în ascensiune cu țările din Orientul Mijlociu și Nordul Africii, consider că sunt mai multe domenii economice atractive în România pentru potențialii investitori egipteni – și am deseori discuții cu oamenii de afaceri egipteni dat fiind că la scara economiei egiptene, există companii foarte puternice, cu tradiție, care ar merita să investească la rândul lor în România:

1. Agricultură și industrie alimentară: România are un potențial agricol uriaș, fiind unul dintre cei mai mari producători de cereale din UE și al treilea exportator de

cereale pe piața egipteană după Rusia și Ucraina. Din punct de vedere al importurilor de cereale, Egiptul este cel mai mare importator la nivel mondial. Pentru a menține și dezvolta acest sector, companiile egiptene ar putea investi în ferme, silozuri, irigații sau procesare alimentară.

2. Energie (inclusiv regenerabilă): România are resurse de gaz natural, dar în ultima perioadă s-a axat, tot mai mult, pe investițiile în energia verde, profitând și de fondurile din PNRR. Din acest punct de vedere, Egiptul are expertiză în proiecte de energie solară la scară mare, care poate fi valorificată în parteneriate sau co-investiții. Există deja negocieri cu două mari companii egiptene pentru investiții în parcuri fotovoltaice, sper să le vedem finalizate în perioada imediat următoare. Totodată există deschiderea pentru dezvoltarea de posibile proiecte comune în infrastructură energetică și/sau exporturi de echipamente, unele dintre ele aflându-se deja în desfășurare sau nivel de contractare. Este important să le spunem investitorilor din fiecare țară să se uite mai cu atenție la cealaltă, pentru că pot fi dezvoltate noi legături concrete, benefice reciproc, de pe poziții parteneriale și într-o logică de afaceri mai rafinată, care trece de logica strictă export-import.

3. Construcții și infrastructură: ținând cont de anvergura companiilor egiptene la nivel regional și internațional privind dezvoltarea infrastructurii rutiere, portuare și feroviare,

România poate atrage companii egiptene cu experiență pentru a participa în parteneriat la proiectele de interes. Un alt punct de interes poate fi și investițiile în imobiliare (proiecte rezidențiale, spații comerciale, parcuri industriale) unde, în ultimii ani, Egiptul a cunoscut o dezvoltare remarcabilă.

4. Industrie farmaceutică și dispozitive medicale: România are un sector farmaceutic dezvoltat, iar Egiptul este un jucător important în producția de medicamente. Astfel, posibile investiții în unități de producție sau distribuție în România, cu acces la piața UE poate fi unul dintre proiectele importante de menționat.

La final, vă rugăm să adresați un mesaj pentru cititorii revistei Club Antreprenor.

Încurajez cititorii revistei Clubul Antreprenor să ia în calcul Egiptul și să-l studieze mai îndeaproape, ca pe o țară care are multe de oferit atât pe linie de afaceri, cât și pe linie de turism sau de căutare a unor noi surse de inspirație în industriile creative. Ambasada României în Egipt lucrează permanent pentru a servi interesele României și ale cetățenilor ei și vă asigur că această afirmație generală se traduce într-o activitate intensă, dedicată, profesionistă, în fiecare zi, în care încercăm să sprijinim mai multe contacte și mai multe proiecte românești concrete în toate domeniile, în relația cu Egiptul.

O reducere a taxării muncii ar impulsiona mediul de afaceri

Interviu cu Mihaela Dănălache, Managing Partner, Ensign Finance

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

Îmi plac cifrele. Contabilitatea m-a atras și prin ideea de echilibru permanent între « activele » și « pasivele » unei companii, indiferent de deciziile luate și de tranzacțiile efectuate. M-a ajutat să înțeleg ce se află în spatele cifrelor din situațiile financiare și cum se modifică indicatorii financiari în urma fiecărei tranzacții.

Mi s-a părut extrem de interesantă și legătura dintre contabilitate și fiscalitate și tratamentele diferite din punct de vedere contabil și fiscal pentru aceeași tranzacție. Am înțeles cum se modifică rezultatul taxabil versus rezultatul contabil și cum pot fi valorificate de către companii facilitățile fiscale prevăzute de lege.

După ce am descifrat tainele contabilității și fiscalității, m-a atras tot mai mult partea de consultanță financiară în diverse tipuri de « proiecte de transformare » din companii. Ca exemple de transformări menționez: reorganizări (fuziuni, achiziții, reorganizarea departamentelor financiare), optimizarea proceselor financiare din companie, implementarea unor sisteme informatice integrate (ERP). În proiectele de consultanță la care am participat atât în țară cât și în străinătate am utilizat din plin cunoștințele legate de contabilitate și fiscalitate și am acumulat expertiză în managementul proiectelor – monitorizarea permanentă a etapelor proiectului, comunicarea în echipa de proiect, raportarea periodică către client a rezultatelor, a problemelor și a etapelor rămase.

Parcursul profesional personal descris mai sus s-a reflectat și în tipurile de misiuni realizate de către compania Ensign

Finance SRL în care activez ca Managing Partner încă din anul 2005. Ensign Finance a început activitatea prin a oferi servicii de contabilitate, fiscalitate, salarizare și și-a extins aria serviciilor cu consultanță financiară.

Cât de importantă este echipa pentru furnizarea unor servicii profesionale de calitate?

În acest domeniu oamenii sunt cei mai importanți. Puterea echipei este motorul afacerii. Echipa Ensign include oameni foarte bine pregătiți profesional, capabili să răspundă tuturor solicitărilor clienților în aria lor de expertiză.

Mă mândresc cu faptul că o parte dintre colegii mei lucrează în Ensign de mulți ani: Corina a început cariera la Ensign în urmă cu aproape 19 ani, Florin lucrează în Ensign de 7 ani, Alexandru și Tatiana de 4 ani, și lista ar putea continua. Știu că nu le-a fost ușor și le mulțumesc. Munca este solicitantă, termenele sunt stricte și trebuie efectuate diverse activități în paralel pentru diverși clienți, în același interval de timp.

Mă mai mândresc și cu faptul că în toți acești ani am format sute de tineri. Câțiva au ales antreprenoriatul și în prezent colaborăm pe diverse proiecte.

În noiembrie aniversăm 20 ani de la înființarea Ensign Finance, o dovadă incontestabilă a calității serviciilor oferite de o echipă de elită. În toți acești ani am încheiat cu succes foarte multe proiecte în țară dar și în străinătate (Germania, Moldova, Bulgaria, Grecia, Turcia, Ungaria).

Cu ocazia acestei aniversări aș dori să mulțumesc echipei Ensign și clienților Ensign. Nu am fi reușit fără sprijinul fiecăruia dintre voi și vă suntem profund recunoscători pentru asta.

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

Consider că nu poți practica această meserie dacă nu rămâi permanent informat. După cum știm, legislația din România se modifică frecvent, mai des decât ar fi de dorit. În acest context sunt foarte importante cursurile de pregătire profesională organizate de fiecare dintre aceste organizații profesionale.

Cursurile sunt ținute de experți în domeniu care ne împărtășesc atât interpretările existente în legătura cu textul de lege modificat cât și cazurile practice de aplicare. Informațiile ne sunt foarte utile în activitatea zilnică.

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

Valorile Ensign sunt prezentate mai jos:

Energie: Facem lucrurile să se întâmple. Vedem în fiecare zi o nouă oportunitate. Suntem mereu pregătiți să ne asumăm o nouă provocare, o nouă responsabilitate.

Perseverență: Suntem dedicați succesului clienților noștri. Suntem hotărâți să facem diferența și să ridicăm mereu ștacheta performanței consultantului. Suntem pasionați de ceea ce facem și avem încredere în forța noastră.

Spirit de Fair Play: Spunem ce facem și facem ce spunem. Întotdeauna suntem fair și imparțiali. Livrăm întotdeauna la timp, conform înțelegerii cu partenerii.

Curiozitate: Permanentă noastră neliniște de a ști este sursa valorii noastre și



ușor neîncredătoare. Nu își pot imagina cum am putut lucra în contabilitate fără calculatoare și programe informatice. Simplu, era singura variantă posibilă atunci. Numai întreprinderile mari aveau atunci așa numitele „centre de calcul” în care oricum contabilii nu prea aveau acces, datele fiind înregistrate de către operatori.

Mi-am început cariera profesională în anul 1987 într-o mică întreprindere de stat care nu avea un „centru de calcul”. Întocmeam balanțe de verificare manual, pe documente tipizate „Balanța de verificare” și centralizam datele din documentele justificative grupate pe categorii utilizând „documente cumulative” înainte de înregistrarea în contabilitate la nivel total. Înregistrarea manuală în contabilitate a fiecărui document primar (ca în prezent) ar fi complicat foarte mult lucrurile atunci. Coloanele balanței de verificare erau adunate manual cu ajutorul mașinilor de calcul cu bandă, care să-ți permită să reiei verificarea sumelor introduse în cazul în care la final balanța nu se echilibra. Diferența putea fi nesemnificativă, dar oricum trebuia căutată eroarea. Așa am înțeles că fără multă răbdare și atenție la detalii nu poți practica această meserie.

Am avut șansa să lucrez și pentru o companie de stat cu contabilitatea manuală descentralizată până la nivel de filiale. Responsabilitatea mea era să centralizez manual toate balanțele de verificare și să obțin balanța consolidată. Lucram cu aceleași documente cumulative pentru a aduna atât de multe coloane și linii. De multe ori coloanele documentelor cumulative nu erau suficiente și lipeam mai multe documente cumulative ca să putem centraliza toate datele.

Dau aceste detalii pentru că sunt foarte relevante atunci când vorbim despre progresul tehnologic în meserie, și de unde s-a plecat și unde s-a ajuns. Primul meu contact cu „tehnologia” a fost în jurul anilor 1993-1994, când compania de stat la care lucram a investit într-un mic „centru de calcul”. După cum am precizat, contabilii nu aveau acces în centrul de calcul, ci furnizau notele contabile întocmite manual operatorilor centrului și ulterior primeau listările pentru verificarea datelor. După verificare, corecțiile erau înregistrate tot de operatori. Totuși, marele avantaj a fost că

determinantul performanței. Prin procese inteligente și experiența oamenilor din Ensignt valorizăm permanent cunoașterea.

Camaraderie: Între noi creăm un climat de încredere, creștere și parteneriat.

Cât de mult a contat know-how-ul rețelei WTS Global din care face parte Ensignt Finance?

În 2007 Ensignt Finance a început colaborarea cu rețeaua internațională de consultanță fiscală World Tax Services Global (WTS Global) înființată în Germania, cu reprezentanți pe toate continentele. Beneficiem de oportunitatea de a lucra în proiecte complexe la nivel internațional. Colaborarea de succes cu WTS Global continuă și astăzi.

În cadrul rețelei internaționale, Ensignt Finance oferă consultanță fiscală pentru entitățile din România ale unor firme multinaționale și reprezentare fiscală pentru firmele nerezidente care trebuie să se

înregistreze în scop fiscal în România. Fiind o rețea internațională, lucrăm împreună cu experți WTS Global din diverse țări pentru schimb de experiență și oferim clienților români posibilitatea de a beneficia de asistență specializată în proiectele lor din alte țări.

Colaborarea cu WTS Global a contribuit la dezvoltarea afacerii, fiind promovată o relație de încredere și parteneriat între membrii rețelei.

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

Cred că este o întrebare foarte bună pentru mine deoarece fac parte dintr-o generație care a asistat la schimbări radicale legate de tehnologie într-un interval relativ scurt de timp.

Când povestesc tinerilor despre debutul meu în meserie mă amuză privirea lor mirată și

balanța de verificare și registrele contabile se obțineau automat și balanțele filialelor erau consolidate automat.

Prima dată când am folosit un laptop pentru contabilitate a fost în 1995, când am început să lucrez pentru o companie din Big4. A fost o schimbare radicală pentru mine, dar recunosc totuși că în lucrul cu calculatorul mi-a fost de mare folos experiența contabilității „manuale”. Vedeam mult mai repede cifrele incorecte care nu se reconciliau.

Pe lângă schimbările în modul de lucru, trebuie menționate și schimbările în relația cu autoritățile fiscale. Îmi amintesc și acum lungile cozi la care eram nevoiți să stăm la Administrațiile financiare pentru a depune fizic toate bilanțurile și declarațiile fiscale ale clienților.

Azi comunicăm prin SPV și folosim inteligența artificială în munca noastră de zi cu zi. În legătură cu cerințele legislative, consider că în ultima perioadă autoritățile transferă tot mai multe responsabilități către companii. Costurile administrative suportate de companii pentru a se conforma cerințelor legale cresc în fiecare an. În materie fiscală, cerințe precum SAF-T, E-Factura, E-TVA, E-Transport și celelalte E-uri cresc considerabil efortul administrativ și costurile IT ale companiilor. Acestea se adaugă celorlalte cerințe de conformare prevăzute de legislația muncii, GDPR, legislația privind combaterea spălării banilor, care de asemenea conduc la efort administrativ și costuri IT tot mai mari.

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

Cred că un antreprenor în acest domeniu trebuie să fie în primul rând foarte bine pregătit profesional, capabil să controleze calitatea serviciilor oferite și să monitorizeze în permanență riscurile pe care și le asumă prin prestarea serviciilor către clienți. Riscurile asumate prin prestarea serviciilor profesionale cresc direct proporțional cu înmulțirea cerințelor de conformare contabile și fiscale.

După cum am precizat anterior, oamenii reprezintă cea mai mare avuție în acest domeniu. Prin urmare, antreprenorul trebuie să știe să lucreze cu oamenii, să-i asculte și

să-i îndrume și să utilizeze cât mai bine în echipă calitățile și abilitățile fiecăruia. Domeniul oferă deja avantajul cunoașterii tuturor mecanismelor și pârghiilor financiare dintr-o companie, un aspect foarte important pentru un antreprenor în gestionarea propriei afaceri. Am văzut multe afaceri din alte domenii pornite cu idei bune, cu entuziasm și dăruire, dar care din păcate au eșuat rapid datorită neînțelegerii mecanismelor financiare de bază dintr-o companie. Nu poți gestiona o afacere fără a avea un minim bagaj de cunoștințe financiare. Numai așa poți înțelege de exemplu de ce ai profit mare pe hârtie dar nu ai niciun ban în cont, sau de ce plătești impozit pe profit dacă ai pierdere contabilă, precum și ce ar trebui să faci ca să îmbunătățești situația financiară a companiei.

Celelalte calități și abilități sunt cele ale oricărui antreprenor: să-și asume rezultatele propriilor decizii și să învețe din greșeli, să fie curajos în a aborda domenii noi și în a implementa schimbarea, să fie energic și implicat, să aibă multă răbdare și să nu se aștepte la realizări notabile „peste noapte”, să nu renunțe după primele dificultăți.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră și în care arie geografică activează?

Clienții Ensign activează în următoarele domenii: servicii IT, servicii pentru industrie, imobiliar, producție industrială, comerț, energie verde, transport naval, publicitate, turism, agricultură.

Legat de aria geografică, lucrăm pentru companii din România, Germania, Italia, Ungaria, Austria, Belgia, Franța, Israel, Olanda, Danemarca, Norvegia, Estonia, Marea Britanie, SUA.

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

Provocarea cea mai mare este modificarea continuă a legislației fiscale. Nici nu reușim bine să asimilăm unele modificări că sunt anulate sau eventual modificate. Fiecare modificare legislativă trebuie discutată și cu clienții pentru a evalua schimbările necesare pentru conformare la nivelul sistemelor informatice și al procedurilor de lucru.

Ca în majoritatea domeniilor de activitate, ne confruntăm cu provocări și în recrutarea și formarea tinerelor talente. Urmare a digitalizării masive din ultima perioadă, complexitatea activității în acest domeniu a crescut. Tinerii își doresc specializare într-un singur domeniu, care să le permită să învețe repede și să asimileze ușor schimbările. Domeniul serviciilor profesionale are nevoie însă și de «generalști», persoane cu cunoștințe generale în ambele arii (contabil și fiscal) și capabile să lucreze în condiții de stres.

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?

Legislația primară și secundară din România este într-adevăr impresionantă: Coduri, Norme metodologice, Ordine de aplicare, Circulare etc. Vorbim practic despre zeci de mii de pagini de reguli și precizări, greu de interpretat și corelat între ele. Uneori o singură virgulă omisă la citirea unui text poate conduce la cu totul altă interpretare. Ca să poată face față acestui volum impresionant de acte normative în continuă modificare, consultanții fiscali cunosc regulile generale de taxare pentru toate taxele (sau știu unde să caute prevederile legislative de care au nevoie la un moment dat), dar aleg să se specializeze pe un anumit tip de taxă: TVA, Accize, Impozit pe profit etc.

Dincolo de dificultățile în asimilarea schimbărilor frecvente de legislație, crește semnificativ complexitatea anumitor tipuri de misiuni de consultanță. Menționez în mod special misiunile de revizuire contabilă și fiscală (due diligence) derulate la clienți pentru 3-5 ani precedenți. Verificările trebuie să aibă în vedere legislația în vigoare din fiecare an/lună din perioada verificată, ceea ce nu este simplu de realizat. După cum precizam anterior, dese modificări ale Codului Fiscal generează mari probleme și companiilor sau potențialilor investitori. Lipsa de predictibilitate în ceea ce privește taxarea din România generează neîncredere în rândul investitorilor străini și îi determină să aleagă alte țări pentru investițiile lor.



Comaniile existente trebuie să asigure conformarea cu noile reguli. Astfel, vor avea costuri suplimentare cu consultanța fiscală specializată, pentru customizarea și testarea aplicațiilor informatice, și cu resursele care vor prelua noile responsabilități. Presiunea continuă asupra costurilor, dublată de incertitudinea legată de viitor, determină multe companii să plece din România. În ultimul an am asistat multe companii să-și închidă afacerile din România pentru a le muta în alte jurisdicții.

**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?**

Cotele de taxe din România sunt la un nivel relativ apropiat de cel al țărilor din zonă, cu excepția taxării muncii. Consider că o reducere a taxării muncii ar impulsiona mediul de afaceri. Reducerea taxării muncii ar putea fi posibilă însă numai în contextul creșterii gradului de colectare a taxelor și a reducerii evaziunii fiscale. Din câte știu acestea sunt obiectivele prioritare pentru autorități în prezent.

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

Au fost făcuți pași importanți în direcția digitalizării ANAF și pentru reducerea

timpului de raportare și de rezolvare a unor solicitări. Totuși, cerințele de conformare au crescut foarte mult în ultima perioadă și afectează companiile. Cred că ar trebui schimbată abordarea, în sensul în care ANAF ar trebui să-și concentreze eforturile în special pe zona evazionistilor și mai puțin în zona contribuabililor corecți. În ultima perioadă au fost introduse noi obligații de raportare către firmele intermediare pentru a putea fi identificați « potențialii evazionisti » din comerțul online și din domeniul « ridesharing ». Tot companiile sunt împovărate cu obligații de raportare, prin declarații precum 395, 396, 397. Schimbarea vizează și atitudinea inspectorilor ANAF care, în general, văd în orice contribuabil controlat “un potențial infractor”. Sunt penalizate companiile în special pentru nerespectarea unor aspecte legate de formă (lipsa unor documente/ documente incomplete) și mai puțin pentru probleme de fond. Totuși în ultimii ani s-a constatat o îmbunătățire a comunicării cu ANAF. Este vizibil efortul pe care îl face ANAF pentru o colaborare mai bună cu contribuabilii, dar mai este încă loc pentru îmbunătățiri. Modernizarea Administrației înseamnă și proceduri de lucru clare și unitare la nivel de țară. Nu de multe ori am constatat în practică diferențe între procedurile de lucru utilizate atât între Administrațiile Financiare din București, cât și între București și țară. Deși avem aceeași legislație, fiecare Administrație are alte proceduri (exemple: se cer documente diferite și procedurile de

eliberare comunicate sunt diferite pentru același tip de solicitare).

Măsurile de stimulare a mediului de afaceri vizează și stabilitatea și predictibilitatea în materie de taxare. În prezent senzația este că Executivul « testează » ezitant diverse măsuri pentru a aduna mai mulți bani la buget, fără a analiza impactul complet al acestor măsuri asupra mediului de afaceri. Dacă se dovedește că măsura nu se poate implementa, sau nu produce efectul scontat, este anulată. După câteva luni sau chiar ani se reintroduce aceeași măsură, cu eventuale mici ajustări (vezi « taxa pe stâlp »). Partea bună totuși a fost că nu au existat modificări ale cotei unice și nici ale cotelor de TVA, și s-a văzut un efort al Executivului în acest sens.

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

Echilibrul între viața personală și cea profesională este cel mai greu de atins pentru un antreprenor, mai ales pentru femeile antreprenor. Eu nu aș fi reușit în afaceri fără sprijinul și înțelegerea familiei mele.

Cariera descrisă mai sus a însemnat foarte multe ore lucrate seara, noaptea sau în weekend, și multe deplasări la clienți în țară și în străinătate. Am efectuat studiile de MBA în Marea Britanie și ulterior în Franța atunci când aveam 35 ani iar acasă mă așteptau doi copii. Nu am reușit să ajung la toate ședințele cu părinții la școala copiilor, și poate că am ratat și unele serbări, dar am știut că soțul meu a fost acolo de fiecare dată.

Între lucrurile care îmi aduc bucurie în afara profesiei menționez întâlnirile cu nepoțica, florile și călătoriile.

Sunt o bunică fericită, iar întâlnirile cu Victoria mă încarcă de bucurie.

Mă relaxează și îmi place și să lucrez pământul, să sădesc și să îngrijesc plantele. Avem la țară o mică seră de legume în care mă relaxez uneori la sfârșit de săptămână îngrijind plantele.

Iar atunci când rămân fără energie, de obicei planific o călătorie. Mă bucur să călătoresc, să explorez zone noi și să înțeleg tradițiile locului.

Contribuim activ la modernizarea sistemului de sănătate și bioeconomie

Interviu cu **Flaviana Rotaru**,
Președinte ROHEALTH – Clusterul pentru Sănătate și Bioeconomie



ROHEALTH – Clusterul pentru Sănătate și Bioeconomie aniversează 10 ani de activitate. Ce reprezintă în prezent ROHEALTH în ecosistemul de cercetare și dezvoltare al industriei medicale românești?

ROHEALTH–Clusterul pentru Sănătate și Bioeconomie a devenit, în decursul celor 10 ani de activitate, un pilon esențial în ecosistemul de cercetare, inovare și dezvoltare al industriei medicale din România. Antreprenor în domeniu la acel moment și parte din Frontier Management Consulting, un IMM activ în domeniul consultanței, axat în special pe finanțarea în domeniul cercetării-dezvoltării, am înființat clusterul alături de ARPS–Asociația Română pentru Promovarea Sănătății, un ONG concentrat pe cercetare în domeniul sănătății și pe campanii de informare și educare pentru promovarea sănătății în rândul populației.

Am pornit acest demers din dorința de a construi proiecte cu impact real asupra inovării medicale, dar și de a crea un sistem de sprijin pentru membrii clusterului, astfel încât, de la idee la piață, să fie acoperit întregul lanț valoric – un ecosistem în care să poți întreba și să ți se răspundă atunci când te blochezi în procesul de dezvoltare și comercializare al unui produs, dar și în care să poți construi alături de parteneri onești proiecte valoroase.

Astăzi, clusterul are 125 de membri care contribuie activ la dezvoltarea acestei structuri orientate spre colaborare, impact și dezvoltare sustenabilă.

Prin proiectele susținute, parteneriatele naționale și internaționale, dar și prin viziunea integratoare, ROHEALTH contribuie

activ la modernizarea sistemului de sănătate și bioeconomie, la dezvoltarea de soluții inovatoare și la promovarea cercetării aplicate. Este un catalizator de idei, dar și un facilitator de resurse, care reunește expertiză, tehnologie și spirit antreprenorial într-un mod sustenabil și orientat spre impact real.

Mai mult decât atât, ROHEALTH este singurul cluster din domeniul Sănătății și al Științelor Medicale din România care a obținut certificarea Gold Label, distincție acordată de European Secretariat for Cluster Analysis (ESCA) și recunoscută de Comisia Europeană ca standard de excelență în managementul clusterelor, fiind unul dintre cele doar 6 cluster existente cu acest standard la nivel european.

În ce proiecte internaționale de anvergură ați fost implicați, în această decadă?

În decursul celor 10 ani de activitate, ROHEALTH a fost implicat într-o serie de proiecte internaționale de anvergură, care au vizat atât dezvoltarea de soluții inovatoare în domeniul sănătății și bioeconomiei, cât și consolidarea colaborărilor dintre mediul academic, operatori economici și organizații non-guvernamentale la nivel european. Printre cele mai relevante inițiative se regăsesc:

- Proiectul NoBoCap – Notified Body Increased Capacity – finanțat prin programul EU4Health, este un proiect coordonat de ROHEALTH, cu parteneri din 5 țări, care urmărește creșterea capacității atât a organismelor notificate în domeniul dispozitivelor medicale (MDR și IVDR), cât și a operatorilor economici de a evalua, respectiv pregăti dosare tehnice în vederea obținerii marcatului CE pentru punerea pe piață.

Prin acest proiect, membrii ROHEALTH – și nu numai – au beneficiat de programe de formare acreditate ECT, dar și de cursuri de scurtă durată, specifice. Un rezultat important al acestui proiect îl reprezintă faptul că Universitatea de Medicină și Farmacie din Tg. Mureș – membru ROHEALTH și partener în cadrul proiectului – a transferat de la Technical



University din Dublin programele de formare în propria programă, putând să le ofere celor interesați și după finalizarea proiectului.

Un alt rezultat notabil este faptul că am reușit să creăm o comunitate la nivel european în jurul proiectului, aducând la aceeași masă factori de interes în acest domeniu critic – cel al dispozitivelor medicale.

Mai multe informații puteți găsi pe: <https://nobocap.eu/>

- Un alt proiect relevant în domeniul bioeconomiei este proiectul de cercetare MountResilience, finanțat prin programul Horizon, prin care regiunile și comunitățile europene situate în zone montane vor fi sprijinite pentru a-și crește capacitatea de adaptare la schimbările climatice și pentru a face tranziția către o societate rezilientă la schimbările climatice.

Șase comunități – printre care și demonstratorul Râu-Sadului din România – vor dezvolta și testa soluții transformative de adaptare la schimbările climatice pentru diverse sisteme-cheie ale comunității (de exemplu: turism, consumul de apă în agricultură, utilizarea terenurilor etc.).

În cadrul acestui proiect, ROHEALTH are rolul de coordonator regional al demonstratorului din România, demonstrator implementat alături de alți 4 parteneri români.

Mai multe informații puteți găsi la: <https://mountresilience.eu/>

- Pe lângă aceste inițiative, ROHEALTH are în implementare și proiectul ARMS4elderly (<https://arms4elderly.eu/>) – un program pilot prin care urmărim furnizarea de servicii medicale avansate la distanță pentru persoanele vârstnice, cu scopul de a reduce spitalizările și de a îmbunătăți calitatea îngrijirii medicale. În România, proiectul este implementat împreună cu Spitalul Clinic Județean din Mureș, care este membru ROHEALTH. Începând cu lunile mai și iunie 2025, vom demara implementarea a altor 3 proiecte care urmăresc să crească interoperabilitatea carierelor în sectoarele academic și non-academic și să îmbunătățească capacitatea de angajare a talentelor din domeniul cercetării și inovării. Prin aceste proiecte, vom contribui la consolidarea bazei de capital uman în domeniul cercetării și inovării în țările Widening, prin formarea unor cercetători, inovatori, manageri de cercetare și/sau alte talente – mai antreprenoriale și mai bine pregătite. Aceste proiecte au adus recunoaștere internațională, acces la resurse și expertiză, precum și oportunități reale de creștere și cooperare pentru membrii ROHEALTH, consolidând rolul clusterului ca actor-cheie în ecosistemul european al inovării în sănătate.

Pe lângă aceste proiecte, ROHEALTH a mai fost implicat și în alte inițiative, pe care nu le vom detalia aici, însă puteți găsi mai multe informații despre ele pe pagina web a organizației: <https://rohealth.ro/>



stimuleze inovația și să conecteze comunitatea.

BEHEALTH 2025, organizat de ROHEALTH, este un eveniment important în domeniul sănătății și bioeconomiei, care va reuni experți, cercetători, autorități și mediul academic pentru a discuta provocările și oportunitățile viitoare. Prin sesiuni interactive, conferințe și workshopuri, evenimentul va aborda teme precum digitalizarea în sănătate, medicina personalizată, tehnologii emergente și sustenabilitatea în sectorul medical. Scopul este de a facilita colaborarea și crearea de parteneriate strategice pentru un sistem de sănătate mai eficient și sustenabil, iar participanții vor avea oportunitatea de a extinde rețelele de contacte și de a identifica noi surse de finanțare.

Cum vedeți viitorul ROHEALTH?

Viitorul ROHEALTH este unul plin de oportunități și provocări, în contextul în care sănătatea și bioeconomia continuă să evolueze rapid, iar nevoia de inovație și de soluții sustenabile devine tot mai acută. În următorii ani, ROHEALTH își propune să își consolideze rolul de catalizator al inovației, devenind un lider regional și european în domeniul sănătății și bioeconomiei.

În acest sens, ne vom concentra pe câteva direcții strategice cheie:

1. Digitalizarea și tehnologiile emergente

– Continuăm să susținem tranziția digitală în sectorul sănătății, promovând soluții bazate pe inteligență artificială, big data, telemedicină și tehnologii de ultimă generație, pentru a îmbunătăți accesul și calitatea serviciilor medicale.

2. **Internaționalizarea membrilor** – Vom sprijini activ extinderea rețelei de colaborări internaționale, facilitând accesul la piețe externe și parteneriate strategice, dar și creșterea vizibilității proiectelor românești pe scena europeană și globală.

3. Sustenabilitatea în bioeconomie

– Vom pune un accent deosebit pe dezvoltarea unui sistem sustenabil de producție și consum, integrând soluții inovative din bioeconomie pentru a reduce impactul asupra mediului și a promova sănătatea publică.

Ați reușit să coagulați o comunitate puternică - companii, universități, cercetători, personalități din medicină și bioeconomie. Care sunt principalele realizări din ultimii ani?

Da, în mod categoric, una dintre cele mai mari reușite ale ROHEALTH este coagularea unei comunități interdisciplinare puternice, formată din companii, universități, institute de cercetare, spitale, ONG-uri.

Cu peste 125 de membri, ROHEALTH a devenit un spațiu activ de dialog, colaborare și co-creație, în care ideile se transformă în proiecte concrete cu impact național și internațional.

Printre principalele realizări din ultimii ani se numără:

- Inițierea și coordonarea de proiecte strategice în domeniul sănătății și bioeconomiei, atât prin fonduri europene, cât și prin programe naționale, care au adus împreună cercetători, medici și antreprenori.
- Sprijinirea internaționalizării membrilor prin participarea în consorții europene, misiuni economice și platforme de colaborare, care au deschis accesul IMM-urilor către piețe și parteneriate internaționale.
- Crearea de punți între mediul academic și industrie, prin facilitarea colaborărilor pentru transfer tehnologic, validare de produse și soluții inovatoare, precum și prin organizarea de workshopuri, sesiuni de

matchmaking și întâlniri de tip living lab.

- Participarea activă la politici publice – ROHEALTH s-a implicat în elaborarea de strategii naționale și regionale, promovând o abordare bazată pe inovație, sustenabilitate și colaborare trans-sectorială.
- Promovarea culturii colaborative – prin evenimente de tip conferințe, forumuri, dezbateri și traininguri, s-a creat o comunitate vie, dinamică, în care schimbul de cunoștințe și bune practici este constant. Aceste realizări reflectă nu doar capacitatea clusterului de a conecta actori din ecosisteme diferite, ci și rolul său de catalizator al inovației și al progresului în sănătate, atât la nivel național, cât și european.

Ați organizat o serie de cursuri, dezbateri și evenimente care să promoveze activitățile legate de îmbunătățirea Sănătății și Bioeconomiei. Ce evenimente pregătiți în perioada următoare?

Într-adevăr, promovarea educației continue, a dialogului interdisciplinar și a colaborării între actori cheie din sănătate și bioeconomie este una dintre direcțiile esențiale ale ROHEALTH. De-a lungul anilor, am organizat numeroase cursuri, sesiuni de formare, dezbateri, conferințe și evenimente de matchmaking menite să faciliteze transferul de cunoștințe, să

4. Colaborări interdisciplinare – În continuare, ne dorim să fim un punct de întâlnire între cercetători, companii, autorități publice și profesioniști din domeniul medical, creând sinergii care să ducă la soluții inovative și la dezvoltarea unor politici publice care să sprijine inovația în domeniul sănătății.

5. Educație și formare continuă – Vom intensifica activitățile educaționale și de formare profesională, asigurându-ne că atât membrii, cât și alte părți interesate, sunt la curent cu cele mai recente tendințe și tehnologii din domeniu.

În concluzie, viitorul ROHEALTH este unul al creșterii și al transformării constante, în care ne propunem să continuăm să influențăm pozitiv evoluția sistemului de sănătate prin inovație, colaborare și susținerea dezvoltării durabile. Suntem convinși că, prin parteneriatele noastre, vom putea contribui semnificativ la crearea unui ecosistem de sănătate mai eficient și mai accesibil pentru toți.

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

Finanțarea sectorului de R&D în industria medicală din România este un subiect esențial pentru dezvoltarea continuă a acestui domeniu. Deși în ultimii ani au existat progrese semnificative, în special datorită accesului mai larg la fonduri europene, există în continuare provocări majore care trebuie adresate pentru a stimula un adevărat ecosistem de inovație. Un prim pas ar fi ca statul român să investească real în cercetare și să asigure valoarea asumată din PIB (3%) la momentul aderării la Uniunea Europeană. Din păcate, noi nu am reușit niciodată să ajungem nici la jumătate din acest procent și azi ne mirăm că numărul de cercetători a scăzut drastic și că în competițiile din fonduri naționale se

finanțează foarte puține proiecte.

Din păcate, nu investim suficient în cercetarea medicală și nu asigurăm adoptarea rapidă a noilor tehnologii în actul medical, iar acest fapt, coroborat cu scăderea drastică a numărului de medici, cu siguranță nu va ajuta la creșterea calității actului medical sau la îmbunătățirea stării de sănătate a populației.

Tindem să investim și puținii bani alocați în diverse domenii, uitând esențialul, și anume că absolut toți: și cei care gestionează banii, și cei care ne conduc, și noi cei din cluster, și cei care vor citi acest articol, vom îmbătrâni și vom avea nevoie de servicii medicale calitative, racordate la progresul tehnologic existent.

Și pentru aceasta, statul, care colectează taxe atât de la cetățeni cât și de la antreprenori, trebuie să asigure o distribuție înțeleaptă a acestora, întorcând în sistemul de sănătate banii pentru cercetarea aferentă necesară acestui fapt, implicând și atragerea de investiții private, care să sprijine dezvoltarea de soluții inovatoare în domeniul medical.

Ce condiții trebuie să îndeplinească o companie / o organizație pentru a se putea alătura ROHEALTH?

Pentru a deveni membru al ROHEALTH, o companie sau organizație trebuie să îndeplinească câteva condiții esențiale, care reflectă angajamentul față de inovație, colaborare și dezvoltare sustenabilă în domeniul sănătății și bioeconomiei. Iată care sunt principalele cerințe:

1. Să activeze în domeniul sănătății, bioeconomiei sau în sectoare conexe – Membrii pot proveni dintr-o gamă variată de domenii, inclusiv industrie medicală, tehnologie medicală, cercetare în sănătate, universități și institute de cercetare, spitale și clinici, companii de biotehnologie, dar și din domeniul eco-tehnologiilor aplicate în sănătate.

2. Să manifeste un interes clar pentru inovare și cercetare – Companiile și organizațiile trebuie să fie implicate activ în proiecte de cercetare-dezvoltare (R&D), inovare tehnologică sau dezvoltare de produse și soluții noi care să adreseze nevoi neacoperite în domeniul sănătății.

3. Să fie interesate de colaborări interdisciplinare și internaționale – ROHEALTH pune un accent deosebit pe colaborarea între diverse sectoare (medicină, bioeconomie, tehnologie, cercetare, educație, industrie) și pe deschiderea către parteneriate internaționale. Astfel, organizațiile trebuie să aibă o viziune deschisă față de crearea de parteneriate strategice în proiecte transnaționale.

4. Să demonstreze un angajament față de sustenabilitate și responsabilitate socială – Întrucât ROHEALTH promovează soluții inovative care să aibă un impact pozitiv asupra sănătății publice și mediului, organizațiile care doresc să se alăture trebuie să fie aliniate cu principiile sustenabilității și responsabilității sociale.

Aș dori să subliniez că cel mai important criteriu, dincolo de competențele și realizările fiecărei organizații sau companii, rămâne dorința sinceră de a face împreună lucruri cu ceilalți, într-un mediu colaborativ bazat pe încredere și respect reciproc. Această abordare este cheia succesului în orice domeniu, iar în contextul nostru, al sănătății și bioeconomiei, rezultatul final trebuie să fie un sistem de sănătate mai bun, mai eficient și accesibil tuturor. Doar printr-o colaborare onestă și dedicată putem contribui la transformarea reală a serviciilor medicale și la îmbunătățirea calității vieții pentru toți cetățenii. Așadar, investind în parteneriate autentice și punând în centrul atenției binele comun, putem construi împreună un viitor mai sănătos și mai sustenabil.



Am lansat versiunea internațională a aplicației eSemneaza.ro sub brandul QuickSigner.com

Interviu cu Adrian Ionescu, Fondator, eSemneaza.ro

Aplicația online eSemneaza.ro a fost dezvoltată pentru a sprijini companiile care doresc o alternativă digitală eficientă, legală, simplă și sigură pentru semnarea documentelor comerciale. Cum funcționează, concret, eSemneaza.ro?

Aplicația eSemneaza.ro a fost dezvoltată în România pentru a veni în ajutorul companiilor locale care consumau resurse importante de timp și bani pentru o activitate zilnică, uzuală: trimiterea spre semnare tradițională a documentelor. Semnarea documentelor prin eSemneaza.ro se realizează folosind o semnătură electronică standard, cu valoare legală conform legii 214/2024 și regulamentului eIDAS, îmbunătățită cu elemente suplimentare de încredere și securitate, inclusiv aplicarea standardului PAdES (PDF Advanced Electronic Signatures) pentru conformitate și protecție sporită. Concret, utilizatorii pot încărca documentul de semnat și introduce adresele de email sau numerele de telefon ale semnatarilor. Opțional, pot introduce direct pe document pozițiile semnăturilor sau ale altor informații necesare (de exemplu: Nume, Adresă etc.). Semnatarii primesc un link securizat pe email sau telefon și, cu un simplu click, vor accesa pagina de semnare. Aceștia vor putea alege din mai multe opțiuni de semnare, inclusiv desenarea semnăturii cu mouse-ul sau cu degetul pe ecranul telefonului mobil.

Are efect juridic semnarea documentelor prin eSemneaza.ro?

Răspunsul este DA. Cea mai relevantă legislație în acest sens este legea nr. 214 din 5 iulie 2024 conform căreia „Toate tipurile de

semnătură electronică prevăzute în Regulamentul (UE) nr. 910/2014 sau în prezenta lege produc efecte juridice și pot fi utilizate ca mijloace de probă în fața instanțelor de judecată.”

Conform legii 214/2024 privind utilizarea semnăturii electronice, a mărcii temporale și prestarea serviciilor de încredere bazate pe acestea, „Actul juridic în format electronic, semnat cu tipul de semnătură electronică prevăzut de lege sau cu semnătura electronică calificată, produce aceleași efecte juridice ca același act juridic în format letric”.

Cum este asigurată securitatea documentelor?

Documentele semnate prin eSemneaza.ro sunt încărcate și stocate în cloud-ul Google folosind tehnici avansate de criptare și configurări ultra sigure de securitate. Serviciile de cloud Google sunt folosite cu încredere de multe alte companii internaționale renumite care se ocupă cu stocarea documentelor.

De asemenea, avem implementat un sistem de management certificat pentru securitatea informațiilor, securitatea cibernetică și protecția datelor: ISO/IEC 27001:2022.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră? Ce alte industrii / domenii au potențial de creștere, în sensul că vor avea nevoie de serviciile voastre? (referitor la eSemneaza.ro aplicație similară Docusign)

Clienții aplicației eSemneaza.ro provin din sectoare precum finanțe, juridic, imobiliar, resurse umane, sănătate și educație, turism etc. Printre utilizatorii noștri se numără

MedLife, Superbet, Gapminder, Magnapharm, Ultramarin, Adevărul Holding, Augsburg International, SpyShop, Clinicile Gauss etc.

Ce strategie aveți pentru atragerea altor clienți?

Pentru atragerea altor clienți, eSemneaza.ro a implementat o strategie combinată care include marketing digital, parteneriate strategice și educație continuă a pieței. Și cel mai important, încercăm să oferim un suport de calitate tuturor celor interesați dar și să oferim un serviciu adaptat pieței din România atât ca și funcționalitate, integrări cât și ca preț. În plus oferim și un plan gratuit dar și posibilitatea testării aplicației pentru 14 zile fără nicio obligație de plată.

În afară de simplificarea procesului de semnare a documentelor, ce avantaje de timp și bani pot obține companiile care adoptă eSemneaza.ro?

Să luăm ca exemplu o companie care procesează 200 de documente pe lună. Vom compara costurile tradiționale (care includ costurile cu hârtia, imprimarea, trimiterea documentelor prin curier, arhivarea și resursele umane) cu cele ale semnării electronice pentru a vedea diferențele clare.

- Costuri cu semnarea tradițională a documentelor: aproximativ 80.000 RON / an
- eSemneaza.ro (pentru un singur utilizator): 300 RON / an

Timp economisit prin semnătura electronică:

În cazul semnării tradiționale, fiecare document necesită aproximativ



30 de minute pentru a fi pregătit, verificat, semnat și arhivat, în timp ce semnarea electronică reduce acest timp la maximum 5 minute/document.

● **Timp economisit: 1.080 ore / an**

Pentru clienții interesați de cuantificarea beneficiilor eSemneaza.ro am dezvoltat chiar și un simulator de costuri și avantaje comparative cu semnarea tradițională a documentelor, care poate fi accesat gratuit pe prima pagină a site-ului aplicației.

De ce eSemneaza.ro poate fi o alegere mai bună decât alți competitori internaționali?

Ne străduim să oferim cel mai bun mix de funcționalitate, securitate și încredere

raportat la cost care credem că este potrivit pentru majoritatea firmelor din România. În plus suntem flexibili în ceea ce privește personalizarea integrării și a funcționalităților aplicației în funcție de nevoile clienților.

Toate aceste aspecte au fost confirmate în cadrul ultimului sondaj derulat pentru testarea satisfacției clienților noștri, simplitatea în utilizare și economiile

importante de costuri fiind menționate cu scor maxim.

Aveți și planuri de expansiune pe piețele internaționale?

Am lansat recent versiunea internațională a aplicației sub brandul QuickSigner.com și suntem activi pentru moment în SUA, Marea Britanie și India.

eSemneaza.ro

Am stabilit un standard nou pentru igiena smart în spații publice și private

Interviu cu Ștefan Marian Toma, CEO, WOLF-E ROBOTICS



Sunteți primul producător de aparate smart cu UVC din România. Cum ați identificat această oportunitate?

Decizia de a intra pe piața dezinfectiei smart cu UVC a venit dintr-o combinație de observație atentă și viziune strategică. Nu a fost doar o reacție la pandemie, ci o anticipare a nevoii permanente de soluții de igienă eficiente și autonome. Am văzut o lacună în piață: dezinfecția manuală este și costisitoare, dar mai ales predispusă la erori, iar tehnologia UVC, combinată cu sistemele actuale, putea transforma radical acest domeniu. Ne-am propus să nu oferim doar dispozitive, ci să stabilim un standard nou pentru igiena smart în spații publice și private.

Ce beneficii aduce robotul vostru mobil autonom Wolf Bot?

Wolf Bot este denumirea familiei noastre de roboți mobili autonomi și în varianta de top este cel mai puternic robot din lume. Poate cartografia automat spațiile, evitând obstacolele cu precizie, ajustează expunerea UVC în funcție de suprafețe și mediu. Rapoartele detaliate pe care le generează asigură trasabilitate, iar autonomia sa reduce semnificativ costurile și riscurile asociate dezinfectiei manuale. De exemplu, într-un spital, Wolf Bot poate dezinfecta o sală în timp record, fără a implica personal suplimentar, oferind siguranță și eficiență.

Cum evoluează poziția Wolf-E Robotics pe piața locală și ce pași faceți pentru extinderea internațională, în contextul competiției globale?

Pe plan local, ne consolidăm poziția prin parteneriate strategice cu distribuitori și

integratori specializați, având peste 50 de implementări în spitale din toată țara. Feedback-ul pozitiv din partea clienților și beneficiarilor ne impulsionează să continuăm și să ne afirmăm ca lideri în soluțiile automatizate și autonome de dezinfecție din România. Pe plan internațional, am început să ne promovăm tehnologia participând la cele mai importante târguri globale din industrie, unde construim relații valoroase cu potențiali parteneri. Creșterea anuală estimată a pieței între 19-34%, împreună cu competitori relativ puțini și leneși, ne motivează suplimentar să exportăm inovația românească, demonstrând că putem concura cu succes pe o piață globală.

Care este direcția strategică de inovare pentru Wolf-e Robotics?

După succesul cu roboții autonomi și experiența cu producția și operarea unei flote de trotinete electrice, ne îndreptăm spre dezvoltarea dronelor terestre. Aceste vehicule telecomandate și parțial autonome sunt versatile, potrivite atât pentru aplicații civile, dar și militare, unde rapiditatea și adaptabilitatea sunt esențiale. Este un pas firesc bazat pe nevoile actuale dar și pe expertiza și resursele tehnologice de care dispunem.

Care sunt principalele lecții de business învățate recent?

Am învățat că adaptarea rapidă este vitală într-o piață imprevizibilă, marcată de inflație și costuri în creștere. Clienții apreciază soluțiile care oferă valoare clară și rezultate măsurabile. Investiția constantă în inovare ne-a ajutat să rămânem competitivi, iar echipa noastră s-a dovedit a fi cheia succesului. Oamenii din spatele tehnologiei sunt cei care fac diferența, iar dezvoltarea lor continuă este esențială.



Cum finanțați cercetarea și dezvoltarea noilor tehnologii?

Până în prezent, am susținut cercetarea și dezvoltarea exclusiv din fonduri proprii și profit reinvestit, considerând R&D o investiție strategică esențială pentru companie. Nu am accesat niciun program finanțat cu fonduri europene, deși am explorat câteva astfel de oportunități. Am concluzionat că aceste programe implică un proces birocratic, lent, care ne-ar putea limita flexibilitatea de a pivota sau de a ne re poziționa rapid pe parcursul implementării. Astfel am preferat să ne bazăm pe resursele care ne permit să păstrăm controlul deplin asupra direcției și ritmului inovării noastre.

Cum pot antreprenorii să găsească oportunități în mijlocul haosului global?

Într-un climat global marcat de incertitudine, antreprenorii trebuie să fie mai agili ca niciodată. Primul

„După succesul cu roboții autonomi și experiența cu producția și operarea unei flote de trotinete electrice, ne îndreptăm spre dezvoltarea dronelor terestre.”

sfat este să prioritizeze flexibilitatea, să construiască modele de afaceri care să permită adaptarea rapidă la schimbări – fie că e vorba de lanțuri de aprovizionare perturbate sau de fluctuații economice. Diversificarea piețelor și a surselor de venit poate reduce riscurile legate de instabilitatea regională. Investiți în tehnologii care răspund nevoilor actuale, care devin cruciale în timp de criză. Mențineți o rezervă financiară pentru a face față șocurilor, dar nu ezitați să inovați strategic, chiar și în vremuri tulburi – oportunitățile apar adesea din haos. În final, construiți relații de încredere cu parteneri și clienți; în perioade de tensiune, loialitatea și colaborarea devin active neprețuite. Curajul de a gândi pe termen lung, combinat cu o reacție rapidă la prezent, este cheia pentru a prospera în acest context.



Oferim un produs curat, autentic și sănătos

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



Ați reușit să creați Livada cu Cireșe Bio Erika, care se întinde pe o suprafață de 20 de hectare din care 16 ha plantate, în comuna Nicorești din județul Galați. Cum estimați producția din acest an?

În agricultură, fiecare an este diferit, iar 2025 nu face excepție. Primăvara 2025 a venit cu provocări meteorologice, mai ales în luna aprilie, când în multe regiuni din țară s-au înregistrat temperaturi mai scăzute, zăpadă și îngheț, chiar în perioada sensibilă a înfloririi. La Nicorești, situația a fost una care ne-a cerut vigilență și adaptabilitate. Condițiile climatice diferă de la o zonă la alta, iar microclimatul poate influența mult modul în care pomii reacționează. Suntem în faza de

monitorizare și evaluare, iar până în momentul recoltării, natura mai are timp să-și spună cuvântul. Ce putem spune deja este că tratăm acest sezon cu aceeași responsabilitate ca în fiecare an, iar obiectivul nostru rămâne neschimbat: să livrăm cireșe BIO de calitate, în ciuda oricăror dificultăți.

Aveți o serie de certificări bio. Ce investiții ați făcut pentru a respecta aceste standarde bio?

Obținerea certificării BIO pentru Livada cu Cireșe BIO Erika a fost un angajament pe care l-am luat cu seriozitate. Pentru noi, certificarea nu înseamnă doar un sigiliu pe

ambalaj, ci o dovadă a muncii de zi cu zi, a respectului față de pământ și față de consumatorii noștri.

Primii trei ani, de reconversie, au fost o perioadă de învățare continuă, cu controale și investiții în cunoștințe, infrastructură și documentație. Am aplicat doar substanțe permise în agricultura ecologică și am respectat toate reglementările. Certificarea este un proces care nu se oprește niciodată, dar este esențial pentru a păstra încrederea celor care aleg produsele noastre. În final, ceea ce oferim este un produs curat, autentic și sănătos, în care consumatorii pot avea încredere, și care face parte dintr-un model de agricultură sustenabilă, în armonie cu natura.

Ce proprietăți au cireșele cultivate de dumneavoastră? În ce magazine le vindeți?

Cireșele noastre BIO sunt mai mult decât un fruct – sunt o veritabilă experiență. Gustul lor distinct vine din modul în care sunt crescute, într-o armonie totală cu natura, fără niciun fel de substanțe chimice sintetice. Această abordare nu doar că îmbunătățește aroma, dar face fructele noastre mai pure și mai sănătoase.

Fiecare cireșă este legată de tradițiile agriculturii sustenabile, iar gustul cireșelor noastre reflectă angajamentul nostru de a oferi calitate și respect pentru pământ. Cireșele BIO Erika sunt fructe cultivate cu grijă, care păstrează aroma verii din copilărie și puritatea unei agriculturi care privește spre viitor.

De mai mulți ani ne puteți găsi în Lidl, Mega Image, Kaufland, Emag (Freshful), Auchan, Naturalia, Sezamo, Carrefour.

Cum decurge transportul, din momentul recoltării până în magazine?

Trasabilitatea este o prioritate esențială, iar păstrarea lanțului frig este garantată pentru a asigura calitatea fructelor. Cireșele sunt colectate în containere curate, de tip caserole (pentru producția BIO, de gramaje diferite 250 gr. Sau 500 gr, adaptabile în funcție de necesități). Acestea sunt transportate rapid în condiții controlate de temperatură, pentru a preveni deteriorarea fructelor. Toate transporturile se realizează în condiții de temperatură controlată (cu termodiagramă) și sunt însoțite de documentație care detaliază originea, destinația și condițiile de transport. Temperatura pe parcursul transportului este monitorizată constant, folosindu-se termodiagrame pentru a asigura menținerea acestuia în intervalul optim, protejând astfel integritatea și calitatea cireșelor până la livrare.

Ce echipamente și utilaje folosiți pentru întreținerea livezii și pentru recoltare?

La Livada cu Cireșe BIO Erika, ne mândrim cu o infrastructură modernă, esențială pentru calitatea produselor noastre. Sistemele de Irigare și Fertirigare asigură hidratarea și



nutrienții necesari fiecărui pom, iar bazinul de apă garantează o sursă constantă pentru irigații. După recoltare, cireșele sunt păstrate în condiții optime, cu ajutorul unui hidrocooler și spațiu frigorific, iar transportul frigorific cu termodiagramă asigură că fructele ajung la destinație în cele mai bune condiții.

Intenționați să vă extindeți?

Fondurile europene ne-au permis să facem investiții semnificative în tehnologie de vârf, practici agricole sustenabile, și să asigurăm conformitatea cu standardele ecologice stricte. Aceste fonduri ne-au oferit, de asemenea, sprijinul necesar pentru a depăși provocările inițiale, inclusiv perioada de până la 3-5 ani necesară pentru ca livada să înceapă să producă la capacitate maximă. Având în vedere acest succes, ne-am propus să ne extindem și am aplicat pentru un nou proiect de modernizare, tot prin fonduri europene, proiect care a fost deja aprobat.

Acest pas este un alt moment important în drumul nostru de creștere și inovare.

Ce lecții ați învățat ca producător BIO din această primăvară și cum vă pregătiți pentru schimbările climatice viitoare?

Agricultura, mai ales cea BIO, nu e despre reacții de moment, ci despre consecvență. Ne adaptăm, dar fără să pierdem direcția. Primăvara acestui an este o invitație la reflecție asupra adaptabilității pentru toți fermierii. În condițiile unor provocări climatice serioase precum primăvara anului 2025, orice fermier responsabil alege atât să protejeze ceea ce a construit și să acopere daunele imediate, dar să nu ignore gândirea strategică. Continuă să investească acolo unde poate face diferența pe termen mediu și lung, fie că este vorba de tehnologie de monitorizare, metode de protecție mai eficiente sau soluții sustenabile care îl ajută să fie mai rezilient la schimbările climatice.

Prezidențial Club ABC – punctul de întâlnire dintre antreprenorii români și elitele de business ale lumii

Peste 450 de companii din 21 de țări fac parte din Prezidențial Club ABC – un proiect exclusivist, care depășește conceptul de networking clasic și propune un nou model de colaborare între liderii de afaceri globali. Prezidențial Club ABC este o inițiativă românească, cu rădăcini puternice în leadershipul vizionar și diplomația economică, care și-a amplificat impactul și prin colaborarea strânsă cu Fundația pentru o Românie Modernă (FPRM). În curând, Prezidențial Club ABC și FPRM vor celebra 27 de ani de dedicare, progres și sprijin pentru un mediu economic sustenabil și conectat.

PARTENERIATUL CU CAPITAL CLUB DUBAI A CREAT NOI OPORTUNITĂȚI DE AFACERI

Prezidențial Club ABC și-a consolidat poziția de la an la an, conectând lideri globali și oferind noi oportunități pentru mediul de afaceri românesc, inclusiv prin colaborarea cu Capital Club Dubai, recunoscut drept unul dintre cele mai importante cluburi de afaceri din lume. „După 27 de ani de activitate consecventă, pot afirma că, prin Fundația pentru o Românie Modernă și prin Prezidențial Club ABC, am construit o rețea solidă de profesioniști din domenii diverse, care cred în importanța unei viziuni strategice și în forța concretă a acțiunii. Am organizat sute de evenimente, conferințe, misiuni economice și dezbateri care au reunit lideri din mediul de afaceri, administrație publică, societate civilă, mediul academic și cel diplomatic. Ne-am propus să conectăm România la dinamica economică internațională și să încurajăm

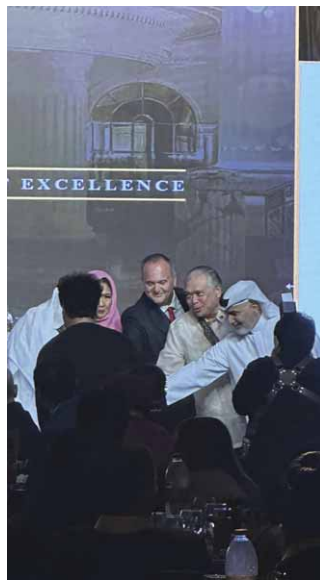
transferul de bune practici. Astăzi, afirm cu încredere că această legătură s-a consolidat – prin inițiative valoroase, colaborări durabile și, cel mai important, prin oamenii care au făcut totul posibil”, a declarat **Gabriel Răsvan Toader, președintele Prezidențial Club ABC și al Fundației pentru o Românie Modernă**. El a mai precizat că echipa de conducere include profesioniști precum Costin Dendea, Constantin Adrian Surleanu, Simona Soare Ghișea, Romeo Botoșineanu, Dan C. Florin, Ștefan Mareș, Marius Todos, Andrei Gatea, Giuseppe Giglio, Francesco Tacconi, Victor Haruța și Cristian Louis Anastasescu Cristea, care asigură buna funcționare a celor două organizații.

EVENTIMENTE DE REFERINȚĂ ȘI COLABORĂRI INTERNAȚIONALE STRATEGICE

Prezidențial Club ABC redefineste standardele evenimentelor de afaceri din

România, promovând excelența. Un exemplu este „ABC Club & European Business Leaders Gala”, un eveniment care celebrează, an de an, liderii din business, artă, antreprenoriat și diplomație. Printre premianții ediției 2024, s-au regăsit consilierul comercial al Ambasadei Bulgariei la București, Ivaylo Marinov, și Adjunctul Șefului de Misiune al Ambasadei Albaniei în România, consilierul Jonian Molla. Evenimentele exclusiviste creează parteneriate valoroase, concretizate în investiții, exporturi și internaționalizare. De pildă, în această lună, Capital Club Dubai, în cooperare cu Prezidențial Club ABC, desfășoară în perla Emiratelor o serie de evenimente care aduc în prim-plan subiecte esențiale, precum lichiditatea IMM-urilor din GCC, ascensiunea rolului unui Chief AI Officer, diversitatea de gen în leadership și influența industriilor creative din Emiratele Arabe Unite. Participanții vor beneficia de masterclass-uri și networking, iar seria de evenimente se va încheia cu o zi dedicată





colaborărilor strategice în domeniul imobiliar.

PERFORMANȚĂ PREMIATĂ PESTE HOTARE

Activitatea Prezidențial Club ABC, sub conducerea lui Gabriel Răsvan Toader, a atras respect și apreciere pe plan internațional. Anul acesta, compania și președintele său au fost premiați în cadrul unei gale internaționale organizate de Prime Group, la Dubai. Gabriel Răsvan Toader a fost apreciat pentru viziunea sa strategică, capacitatea de a construi relații durabile și pentru implicarea în ascensiunea și succesul Prime Group. „Aceste premii reflectă convingerea că

performanța reală se construiește prin parteneriate autentice și prin valori împărtășite. Succesul nu se definește doar prin rezultate cuantificabile, ci și prin impactul pe care îl generăm în comunitate și prin încrederea pe care reușim să o cultivăm, zi de zi, în relațiile cu cei din jur”, a adăugat Gabriel Răsvan Toader.

FUNDAȚIA PENTRU O ROMÂNIE MODERNĂ – 27 DE ANI DE IMPLICARE CIVICĂ

Prezidențial Club ABC a creat un cadru ideal pentru dialogul dintre liderii de afaceri din lume. În același timp, FPRM și-a orientat demersurile către promovarea democrației, a transparenței și a unei

dezvoltări durabile. Cu o activitate de peste 25 de ani în monitorizarea proceselor electorale, FPRM s-a remarcat printr-o contribuție importantă la consolidarea democrației din România. Doar în primul tur al alegerilor prezidențiale de anul trecut a reușit să mobilizeze peste 5.000 de observatori, asigurând o supraveghere transparentă a scrutinului. Printr-o serie de inițiative economice, evenimente de impact și programe educaționale, FPRM a consolidat relația dintre stat, mediul privat și societatea civilă. Astăzi, Prezidențial Club ABC și FPRM sunt repere de echilibru instituțional, oferind continuitate, încredere și rezultate concrete pentru poziționarea favorabilă a României pe plan internațional.

Perfect Royal Events – acolo unde profesionalismul întâlnește excelența în evenimente

Interviu cu Ioana Gheorghe, Fondator, Perfect Royal Events



Cum reușește Perfect Royal Events să transforme fiecare nuntă, botez, aniversare, eveniment corporate sau petrecere tematică într-o experiență memorabilă?

Perfect Royal Events transformă fiecare eveniment într-o experiență memorabilă printr-o combinație de profesionalism, creativitate și atenție la detalii. Iată cum reușim acest lucru:

Consultanță personalizată – Ascultăm cu atenție dorințele clienților și creăm un concept unic, adaptat stilului și viziunii lor.

Design și decor spectaculos – Colaborăm cu furnizori de top pentru a oferi aranjamente impresionante, lumini ambientale și detalii care creează o atmosferă de neuitat.

Planificare și coordonare impecabilă – Gestionăm fiecare aspect al evenimentului, de la logistică la programul evenimentului, asigurându-ne că totul decurge fără probleme.

Colaborare cu furnizori de încredere – Lucrăm cu cei mai buni furnizori din industrie, de la locații exclusiviste la servicii de catering, muzică și entertainment.

Soluții creative și inovatoare – Propunem concepte originale și surprize care adaugă un plus de emoție și magie fiecărui eveniment.

Coordonare în ziua evenimentului – Ne asigurăm că fiecare detaliu este pus la punct, astfel încât gazdele și invitații să se bucure de eveniment fără griji.

Prin pasiunea pentru organizare și dorința de a oferi momente de neuitat, Perfect Royal Events transformă fiecare ocazie specială într-un eveniment perfect!

Unde se specializează un event planner?

Pentru a deveni un event planner bun, trebuie să dezvolti o serie de abilități și să urmezi anumiți pași care te vor ajuta să fii eficient și să ai succes în acest domeniu. Iată câteva aspecte esențiale:

1. Formare profesională

- Începe cu cursuri specializate în organizarea evenimentelor sau certificări care îți oferă o bază solidă în managementul proiectelor, marketingul evenimentelor și logistica. Aceste cursuri îți vor oferi cunoștințe despre industria evenimentelor și te vor ajuta să înțelegi procesele implicate.

2. Dezvoltarea abilităților de organizare și management

- Un event planner trebuie să fie extrem de organizat și să aibă abilități de planificare detaliată. Asta include gestionarea bugetelor, crearea și respectarea unui calendar, coordonarea furnizorilor și asigurarea că toate activitățile se desfășoară conform planului.

3. Comunicare eficientă

- Abilitățile de comunicare sunt esențiale, atât cu clienții, cât și cu furnizorii și echipele implicate. Trebuie să poți înțelege cerințele clienților și să le transmiți clar informațiile necesare echipelor de lucru.

4. Experiență practică

- Începe prin a te implica în organizarea de evenimente mici, chiar ca voluntar sau stagiar, pentru a învăța pe teren cum să gestionezi diferitele aspecte ale unui eveniment. Experiența practică te va ajuta să-ți perfecționezi abilitățile și să înțelegi mai bine provocările din acest domeniu.

5. Creativitate și atenție la detalii

- Fiecare eveniment trebuie să aibă un concept unic, iar un event planner bun trebuie să fie creativ, să aducă idei noi și să poată personaliza evenimentul conform dorințelor clientului. Atenția la detalii este crucială pentru a asigura un rezultat final impecabil.



6. Rezolvarea problemelor și adaptabilitate

- Într-o zi de eveniment, pot apărea întotdeauna situații neprevăzute. Un event planner bun trebuie să fie capabil să rezolve rapid problemele și să se adapteze la schimbări fără a afecta calitatea evenimentului.

7. Construirea unei rețele de contacte

- Colaborarea cu furnizori de încredere și construirea unei rețele de contacte în industrie sunt esențiale pentru a oferi clienților cele mai bune soluții. Un event planner bun trebuie să aibă relații solide cu locații, cateringuri, artiști și alți furnizori.

8. Învățarea continuă

- Industria evenimentelor este într-o continuă schimbare. Participă la evenimente din domeniu, citește cărți sau articole și rămâi la curent cu noile tendințe și tehnologii pentru a te asigura că rămâi competitiv.

9. Pasiune pentru detalii și muncă în echipă

- O carieră de succes în organizarea de evenimente este construită pe

pasiune și dorința de a oferi experiențe de neuitat. De asemenea, este important să fii un bun lider și să știi cum să colaborezi eficient cu o echipă.

Organizați candy bar-uri. Cât de importante sunt acestea pentru participanții la o petrecere?

Candy Bar-urile sunt un element esențial într-un eveniment, aducând un plus de atractivitate vizuală și interactivitate. Acestea pot fi personalizate în funcție de tema petrecerii, oferind o experiență unică pentru participanți. Sunt o alternativă excelentă la deserturile tradiționale, oferind o varietate de opțiuni care satisfac diferite gusturi. În plus, candy bar-urile încurajează socializarea și creează o atmosferă relaxată, fiind un loc perfect pentru invitați să se adune și să socializeze. De asemenea, ele adaugă un factor de surpriză, iar prin personalizare pot deveni un punct unic al evenimentului, lăsând o impresie de neuitat.

Ați construit, de-a lungul anilor, o rețea solidă de colaboratori de încredere – florari, designeri, fotografi, echipe de catering și tehnicieni de sunete și lumină. Cum apreciați evoluția profesioniștilor din acest sector?

“În 2025, organizarea evenimentelor a evoluat într-un mod fascinant, iar la Perfect Royal Events, suntem întotdeauna în pas cu cele mai noi tendințe pentru a transforma evenimentele tale în experiențe de neuitat.

Evoluția profesioniștilor din sectorul organizării de evenimente a fost una semnificativă și dinamică, iar acest lucru a avut un impact major asupra calității serviciilor oferite. De-a lungul anilor, am avut privilegiul de a colabora cu o rețea solidă de furnizori, iar această colaborare a fost un factor esențial în succesul evenimentelor pe care le organizăm. Profesioniștii din acest domeniu, de la florari, designeri, fotografi, echipe de catering până la tehnicieni de sunet și lumină, s-au adaptat rapid la schimbările pieței, integrând noi tehnologii, tendințe inovative și

cerințe tot mai personalizate din partea clienților. Aceștia nu doar că au reușit să își îmbunătățească tehnicile și metodele de lucru, dar au învățat să colaboreze mult mai eficient între ei, oferind soluții complete și coerente.

De asemenea, nivelul profesionalismului s-a ridicat constant, iar tendințele recente, cum ar fi designul personalizat, utilizarea tehnologiilor de ultimă generație și atenția la detalii, au crescut considerabil așteptările clienților. Acest sector este acum caracterizat de o abordare mult mai integrată, în care fiecare detaliu este gândit pentru a asigura o experiență memorabilă și impescabilă.

În acest context, colaborarea cu parteneri de încredere și menținerea unui standard înalt de calitate a devenit esențială, iar evoluția constantă a profesioniștilor din industrie joacă un rol crucial în succesul evenimentelor de orice amploare.

Care sunt ultimele tendințe în acest domeniu, al organizării de evenimente?

În 2025, organizarea evenimentelor a evoluat într-un mod fascinant, iar la Perfect Royal Events, suntem întotdeauna în pas cu cele mai noi tendințe pentru a transforma evenimentele tale în experiențe de neuitat. De la personalizarea completă a fiecărui detaliu – de la invitații până la activitățile din cadrul evenimentului – până la integrarea tehnologiilor inovative, suntem capabili să aducem un plus de interactivitate și captivitate. În plus, punem un accent deosebit pe sustenabilitate, alegând locații eco-friendly și opțiuni culinare locale, care nu doar că sunt delicioase, dar și prietenoase cu mediul. Fie că îți dorești un eveniment personalizat, o locație unică sau experiențe care îmbină tehnologia și distracția, Perfect Royal Events este partenerul ideal pentru ca fiecare moment să fie memorabil.

Care sunt locurile inedite unde ați participat la organizarea de evenimente?

Evenimentele precum nunțile, botezurile, aniversările, petrecerile corporate și petrecerile aniversare pot fi organizate în diverse locații, fiecare având un farmec și o



atmosferă unică, adaptată nevoilor și dorințelor fiecărui client. Fie că vorbim de locații tradiționale sau mai neconvenționale, fiecare alegere adaugă un plus de magie și personalitate evenimentului. Pentru nunți și botezuri, locațiile tradiționale precum biserici, palate sau conace istorice sunt perfecte pentru a crea o atmosferă romantică și elegantă. De asemenea, locațiile în aer liber, precum grădini botanice, parcuri sau locații de pe malul lacului, oferă un cadru natural spectaculos, ideal pentru evenimente de zi. Aniversările și petrecerile corporate pot fi găzduite în locații mai sofisticate, cum ar fi săli de conferințe, hoteluri de lux sau locații de tip urban, care permit personalizarea evenimentului și crearea unui cadru relaxat, dar elegant. De asemenea, locațiile rustice sau fermele sunt excelente pentru aniversări

de tip informal sau petreceri tematice, oferind un ambient cald și autentic. Pentru petrecerile aniversare sau alte petreceri speciale, locațiile pe acoperișuri, vile sau locațiile din centrele orașului pot oferi un cadru spectaculos, perfect pentru o atmosferă vibrantă și plină de energie. Indiferent de tipul de eveniment, alegerea locației perfecte este esențială pentru a crea amintiri de neuitat și a transforma fiecare moment într-o experiență memorabilă.

DATE DE CONTACT:

Ioana Gheorghe

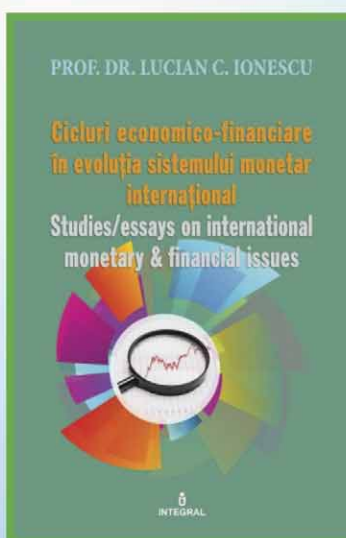
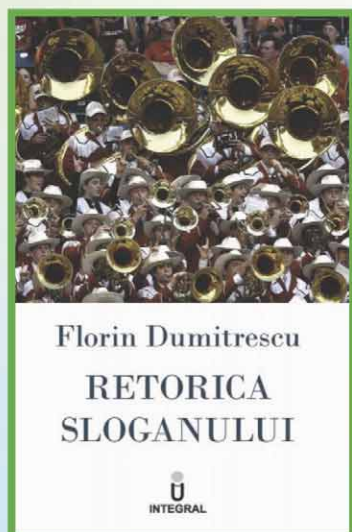
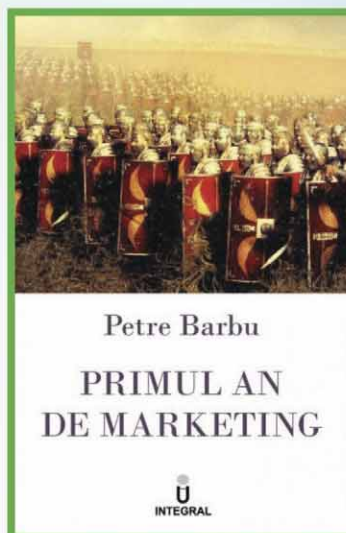
Telefon: +40 736 425 287

Website: petreceriperfecte.ro

Facebook :

www.facebook.com/PerfectRoyalevents

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI



Pasiune transformată în succes

Interviu cu Alice Galani, fondatoarea Beauty One și Chic Salon



Cum a început totul? Ce te-a motivat să alegi industria înfrumusețării ca domeniu de business?

Mă bucur că am ocazia să vorbesc despre mine și despre ceea ce am reușit să realizez în acest domeniu prin muncă, dedicare, ambiție și risc, alături de oameni minunați care m-au sprijinit de-a lungul timpului. Povestea mea în antreprenoriat a început încă din primul an de facultate, atunci când am venit din provincie în București și a trebuit să mă angajez pentru a-mi putea susține studiile și traiul în capitală. În timpul facultății, am lucrat inițial ca operator pe calculator, apoi ca manager al unui lanț de magazine de pantofi din București. Ulterior, angajatorii mei au deschis un restaurant și un centru de evenimente, unde, în calitate de administrator, am învățat foarte multe lucruri – de la contabilitate primară și avansată, până la management de business și coordonarea echipelor.

În paralel cu jobul meu, am absolvit Facultatea de Drept din București și un master în Drept Comunitar European. La finalul studiilor, am decis să-mi construiesc un nume și o carieră în domeniul juridic, astfel că am pornit pe acest drum frumos și provocator. Într-un timp relativ scurt, am devenit un avocat de succes, cu precădere în dreptul penal, însă dorința de a avea

propriul business a rămas puternică. Legătura mea cu industria beauty a început din copilărie, când petreceam timp în salonul unde lucra mătușa mea, învățând din pasiunea și experiența ei. În liceu, îmi câștigam banii de buzunar ajutând-o, iar în facultate am devenit o consumatoare fidelă a serviciilor de beauty.

Mergeam frecvent la un salon pe care îl îndrăgeam, iar la un moment dat, echipa de acolo s-a confruntat cu nemulțumiri legate de condițiile de lucru. În același timp, dețineam un apartament la parterul unui bloc din zona Izvor, inițial destinat biroului meu de avocatură, pe care îl dădusem însă spre închiriere. Decorat cu bun gust și într-un stil luxos, spațiul era perfect pentru un salon premium.

Fetele din salon mi-au sugerat ideea de a deschide propriul meu salon, iar faptul că locația era aproape de Tribunalul București, unde petreceam mare parte din zi, m-a făcut să văd oportunitatea. Având în jurul meu o rețea de cunoscuți care apreciau serviciile de beauty, am decis să fac acest pas. Astfel, în aprilie 2006, a luat naștere Chic Salon. În doar câteva luni, împreună cu echipa mea, am reușit să amenajăm salonul și să-l deschidem oficial. A fost un început plin de provocări, dar și de entuziasm, iar printre primele persoane care mi-au fost alături și care sunt și astăzi parte din această poveste

se numără Ștefania Zeca și Dana Ghezea, cărora le sunt recunoscătoare pentru sprijinul oferit.

Astăzi, Chic Salon a ajuns la nivel de franciză, iar eu sunt mândră că am reușit să construiesc echipe profesioniste, oferind servicii de top în domeniul înfrumusețării.

Care au fost primele provocări în dezvoltarea salonului Chic Salon și cum le-ai depășit?

Cea mai mare provocare, care a dus ulterior la nașterea Beauty One, a fost accesul la produse și echipamente profesionale. În 2006, opțiunile erau extrem de limitate, iar furnizorii întârziu livrările și nu respectau promisiunile privind trainingurile necesare. În plus, gama redusă de produse și lipsa terapiilor inovatoare îngreunau dezvoltarea salonului.

Fiind avocat, seriozitatea și respectarea angajamentelor erau esențiale pentru mine. Am vrut ca Chic Salon să ofere servicii premium, însă furnizorii din România nu puteau susține acest standard.

Frustrarea a crescut când am realizat că cele mai avansate tratamente corporale disponibile erau deja depășite, iar produsele de îngrijire facială nu erau livrate la standardele pe care le doream. Acesta a fost



momentul în care am decis să caut un brand internațional de top. Așa am descoperit Bruno Vassari, un brand inovator în tratamente faciale și corporale, bazat pe vinoterapie și alge marine, care reprezenta o inovație în România. După ce l-am testat cu echipa Chic Salon și am văzut rezultate spectaculoase, am știut că întreaga industrie beauty trebuie să beneficieze de aceste produse. Așa s-a născut Beauty One! Am contractat un credit bancar, am plasat prima comandă de 30.000 de euro și, la doar câteva luni după deschiderea Chic Salon, am lansat oficial Beauty One în septembrie 2006, la târgul Cosmetics Beauty Hair de la Romexpo, punând bazele unei noi ere în industria beauty din România.

Cum ai identificat nevoile pieței la început și ce oportunități ai valorificat pentru a te diferenția?

Nevoile pieței le-am identificat instant: calitate, educație, promptitudine și seriozitate. Acestea au fost valorile pe care le-am oferit încă de la început și care ne-au propulsat pe piața de beauty.

Dacă în 2006, la Cosmetics Beauty Hair, am avut un stand de doar 6 mp, în anul următor am contractat un spațiu de 70 mp. Precizez acest lucru pentru a evidenția cât de rapid am reușit să creștem datorită serviciilor de calitate și profesionalismului pe care le-am oferit încă din prima zi.

Pentru a înțelege în profunzime domeniul și nevoile profesioniștilor din industria beauty, am ales să urmez personal cursurile de cosmetică la o școală de elită – Școala de Cosmetică Dr. Manuela Ravescu, un reper în educație și business pentru mine. De asemenea, am absolvit cursurile de machiaj la Atelierele Ilbah, consolidând astfel expertiza mea în domeniu.

Am participat la numeroase congrese, traininguri, întâlniri și evenimente internaționale de business în industria beauty, desfășurate în Barcelona, Paris, Monaco, Hong Kong, SUA, Milano și multe altele.

Susțin educația continuă în acest domeniu, atât prin sponsorizări, cât și prin prezența mea ca speaker în cadrul evenimentelor de profil, unde împărtășesc din vasta mea experiență. În calitate de vicepreședinte ASCO (Asociația Cosmetologilor din România) și de membru în



PADIR (Patronatul Industriei Înfrumusețării din România), felicit aceste organizații pentru contribuția lor semnificativă la dezvoltarea industriei beauty.

Cum a apărut ideea extinderii și ce te-a motivat să faci acest pas în a crea compania Beauty One?

Ideea extinderii a apărut rapid, însă provocarea majoră a fost finanțarea. Într-o afacere aflată la început de drum, trebuie să reinvestești constant profitul și, de cele mai multe ori, să găsești surse suplimentare de finanțare.

Astfel, am accesat noi credite și am reinvestit toate veniturile generate atât din avocatură, cât și din salon, care funcționa foarte bine. Alături de câțiva parteneri din industrie cu care am împărtășit aceleași viziuni, am creat conceptul de Seminar-



Caravană de Beauty, prin care am călătorit în întreaga țară pentru a prezenta calitatea produselor noastre și pentru a împărtăși tehnici și cunoștințe dobândite de la partenerii noștri internaționali.

Cum ai reușit să atragi parteneriate internaționale? Ce criterii consideri esențiale pentru selecția partenerilor?

Am reușit să atrag parteneriate internaționale de succes într-un timp relativ scurt, deoarece am întâlnit oameni care au avut încredere în seriozitatea și ambiția mea de a construi ceva de valoare. Printre partenerii istorici ai Beauty One, prezenți alături de noi încă din 2007-2008, se numără Eximia și Termosalud. Aceste branduri au revoluționat piața de echipamente profesionale, punând bazele tehnologizării industriei beauty așa cum o cunoaștem astăzi. Criteriile esențiale pentru selecția partenerilor au fost întotdeauna inovația, calitatea produselor, seriozitatea și capacitatea de a oferi suport tehnic și educațional.

Cum ai construit relația cu clienții și profesioniștii din domeniu astfel încât să crezi încredere în brandul Beauty One?

Sunt o persoană deschisă, pasionată și motivată să ajut oamenii. Am construit parteneriate solide, prietenii de lungă durată și am sprijinit afaceri aflate la început de drum. Clienții mei nu sunt doar clienți – sunt prieteni și colaboratori, alături de care am



crescut și am construit împreună. Strategia a fost una simplă: transparență, profesionalism și sprijin real pentru parteneri. Îmi place să călătoresc, să interacționez direct cu profesioniștii din domeniu și să împărtășesc atât experiența mea în conducerea unui salon, cât și cunoștințele acumulate la numeroasele traininguri internaționale la care am participat.

Cum arată o zi obișnuită în viața unui antreprenor care jonglează cu mai multe proiecte de succes?

Este o provocare continuă! Sunt mereu ocupată, dar, alături de echipa minunată Beauty One și Chic Salon, reușesc să fac față cu succes fiecărei situații. Cu cât am mai multe proiecte, cu atât sunt mai motivată să creez concepte noi și să dezvolt business-ul.

Ce impact consideri că are Beauty One asupra industriei frumuseții?

Beauty One a fost un pionier în revoluționarea industriei beauty, introducând tehnologii avansate și produse de calitate la prețuri accesibile.

Un alt pilon esențial pe care l-am promovat intens a fost educația. Prin programele Beauty One Esthetic Expert și Beauty One Hair Expert, am oferit specializări avansate pentru profesioniștii din domeniu, înțelegând că doar prin educație continuă se pot oferi servicii de top.

În parteneriat cu Dr. Manuela Răvescu, încă din 2007, am contribuit la formarea specialiștilor în cosmetică prin intermediul Școlii de Cosmetologie și Machiaj. Astăzi,



mulți dintre acești specialiști au afaceri de succes sau cariere de top în domeniul frumuseții.

În 2012, am inițiat parteneriatul cu Daria Room, în Republica Moldova – un parteneriat de succes pentru distribuția produselor Bruno Vassari și a echipamentelor profesionale. În 2022, ne-am extins și pe teritoriul Bulgariei, deschizând un showroom în centrul Sofiei și formând o echipă de vânzări și traineri. Totodată, am dezvoltat un centru de remodelare corporală cu servicii complete – Eximia City Clinic Sofia. Astfel, Beauty One a devenit un business internațional.

Ce sfat ai oferi unui antreprenor din industria beauty?

Alege-ți partenerii cu grijă! Testează, cercetează și fii sigur că iei cele mai bune decizii pentru afacerea ta.

Cum vezi evoluția Beauty One în următorii ani?

Beauty One vă pregătește o surpriză extraordinară!

De aproape două decenii, am investit constant în oameni, în tehnologii inovatoare și în proiecte de impact, având mereu în vedere un obiectiv clar: excelența în domeniul beauty.

Anul acesta marchează un nou început, un moment de transformare profundă, atât pentru mine, ca profesionist, cât și pentru Beauty One și franciza Chic Salon. Este anul în care ne reinventăm, redefinim standardele și ducem tot ceea ce am construit până acum la un nivel superior.

În al 19-lea an de activitate, privesc cu recunoștință către drumul parcurs, către fiecare partener, fiecare profesionist și fiecare client care ne-a fost alături. Însă, cel mai important, privesc cu entuziasm către viitor. Îmi doresc ca anul 20 să ne găsească mai puternici ca niciodată, consolidând poziția Beauty One ca lider incontestabil în industria de beauty.

Această nouă etapă aduce cu sine un concept revoluționar, care va redefini modul în care educația, serviciile și tehnologiile de înfrumusețare se îmbină pentru a crea un sistem complet, unic în România. BEONE CONCEPT va deveni punctul de referință pentru toți cei care doresc să atingă excelența în domeniul beauty, oferind un spațiu în care educația, frumusețea și medicina estetică se îmbină armonios, într-un tot unitar.

Susținem dezvoltarea profesională a fiecărui specialist, de la primii pași în carieră până la nivelul de excelență. În acest sens, Academia Paul Mitchell România și Școala de Cosmetică Dr. Manuela Răvescu vor continua să formeze noi generații de profesioniști, în timp ce programele de educație BE One Estetic Expert și BE One Hair Expert vor oferi perfecționare avansată pentru cei care își doresc să își depășească limitele și să exceleze în domeniul lor.

Vom aduce în același loc cele mai sofisticate și eficiente servicii de înfrumusețare, alături de tehnologiile de ultimă generație care definesc viitorul industriei. Prin intermediul Clinicii Medicale Dr. Manuela Răvescu, dar și Eximia City Clinic, vom oferi soluții complete de estetică facială și corporală, care garantează inovație, siguranță și rezultate excepționale.

Beauty One rămâne partenerul de încredere al afacerilor din domeniul beauty, susținând dezvoltarea acestora prin produse de top, training specializat și tehnologii care asigură performanță și succes pe termen lung. Aceste noi concepte prind contur într-o nouă locație – mai mare, mai impunătoare – un spațiu gândit să devină un adevărat templu al excelenței în beauty. Aici, partenerii, prietenii și clienții noștri vor găsi servicii de top, educație și parteneriate strategice.

Transformarea a început. Beauty One nu doar că evoluează, ci scrie un nou capitol în industria beauty din România.

Schlumberger[®]
seit 1842
MÉTHODE TRADITIONNELLE

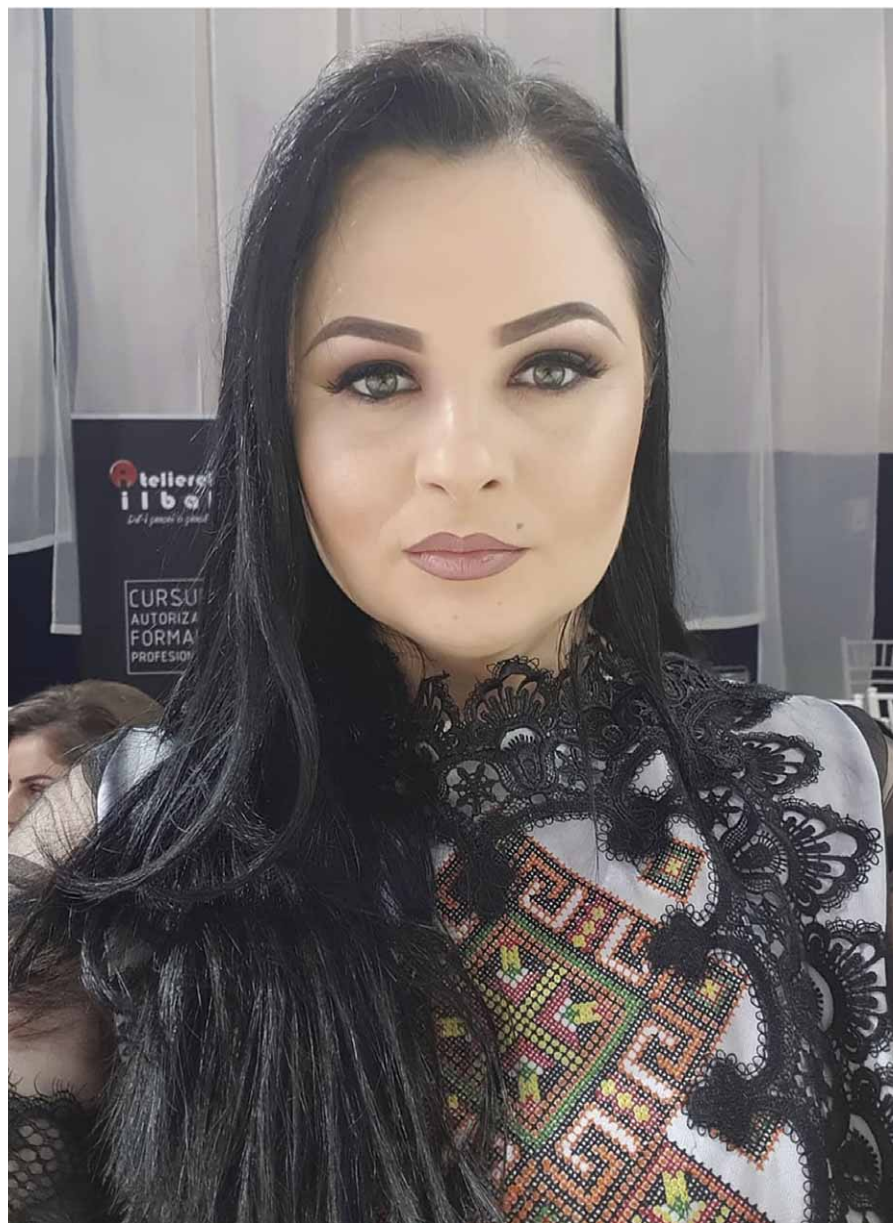


Schlumberger Cuvée Klimt

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.

Am reușit să dezvoltăm o linie de rochii și costume tradiționale care au mare succes în țară și peste hotare

Interviu cu Svetlana Karahan, Fondator, Atelierul de croitorie Svetlana Collection



Creați haine pentru doamne. Care sunt cele mai solicitate? Pe ce materiale vă axați?

Creăm haine pentru doamne și domnișoare. Cele mai solicitate sunt ținutele tradiționale. Noi am reușit să dezvoltăm o linie de rochii și costume tradiționale stilizate în stilul propriu, care au mare succes în țară și peste hotare. Folosim doar materiale cu conținut natural, cum ar fi pânza de in, bumbacul, vâscoza.

De unde vă aprovizionați cu materiile prime necesare?

90% din materialele folosite sunt din import, iar 10% sunt din România, de la mici producători. Din păcate, în România nu mai sunt fabrici care să satisfacă 100% cererea de piață a materialelor textile și atunci, de nevoie, ne orientăm către țările vecine.

Cum au evoluat cumpărăturile online pe site-ul svetlanakarahan.com/shop

Site-ul a fost realizat în anul 2020, dar noi, realizând produse mai mult unicat și în ediții limitate, ne axăm mai mult pe rețelele de socializare, site-ul fiind doar o alternativă în plus.

Care sunt ultimele tendințe în acest sector?

Eu tot timpul spun că moda se schimbă, dar stilul nu. Fiecare doamnă este unică și are un stil vestimentar care o reprezintă. Îndrumarea mea mereu este să își păstreze stilul și doar să-l îmbunătățească atunci când este cazul. Noi suntem diferite și asta este foarte bine, altfel toate am purta la fel și ar fi o catastrofă vestimentară.

Când a început pasiunea pentru croitorie?

Pasiunea pentru croitorie a început prin clasa a II-a, când mergeam după ore la atelierul mamei celei mai bune prietene și coseam din resturile rămase de la comenzi

rochițe pentru păpuși. Apoi îi tăiam mamei mele cămășile și i le ascundeam să nu le găsească. Apoi a început adolescența și am renunțat la pasiunea mea... M-am regăsit prin 2014, când am decis că trebuie să îmi continui visul, cel de a crea!



Ați fost partener la o serie de evenimente fashion de anvergură. Cât timp vă pregătiți pentru un astfel de eveniment?

Au fost colecții care s-au realizat în 2–4 săptămâni, dar am avut și colecții pe care le-am realizat în 3–4 zile. Totul depinde de cât de mare este evenimentul și care este tema lui. În general, mă mișc repede, sunt o persoană care nu iubește să piardă timp, iar creativitatea îmi vine chiar în timp ce tai

țesătura. Se știe că Vărsătorii sunt cei mai creativi.

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

Eu, Svetlana Karahan, privesc departe în viitor. Lucrăm frumos, cu dăruire, și visul meu este ca fiica mea, Yasemin, să îmi continue visul... Visul românesc care mi-a oferit un loc în societate și o poziție bună de a face lucruri frumoase!



Succesul se construiește cu intuiție, perseverență și multă muncă

Interviu cu Maria Dima, Director de Vânzări Canal 33



Maria Dima este Director de Vânzări la Canal 33 și o profesionistă care s-a remarcat prin perseverență, gândire strategică și capacitatea de a transforma provocările în oportunități. Cu o carieră construită pas cu pas, Maria ne oferă o perspectivă autentică asupra vânzărilor în media, a motivației personale și a reușitei profesionale.

Cum te-ai descrie în câteva cuvinte?

Mă consider o persoană prietenoasă, ambițioasă și foarte activă. Îmi place să fiu mereu în mișcare, să caut provocări și să învăț lucruri noi. Am o intuiție puternică și, de multe ori, deciziile bune din carieră le-am luat urmând acest instinct. Îmi place să creez și să testez strategii, atât în viața profesională, cât și în cea personală. Sunt un lider determinat, dar mereu atent la oamenii din jurul meu.

Cum ai ajuns să lucrezi în vânzări și cum ai făcut trecerea către Canal 33?

Inițial, îmi doream o carieră în marketing, dar după ce am terminat facultatea, am început un internship într-o companie de vânzări și mi-am dat seama că domeniul acesta mi se potrivește perfect. A fost o descoperire neașteptată, dar foarte firească. Am fost angajată rapid și am început să cresc pas cu pas, lucrând în companii din industrii diferite, unde am acumulat experiență valoroasă. Trecerea la *Canal 33* a venit ca o continuare naturală a acestui parcurs. Media este un domeniu complex și dinamic, care necesită o abordare diferită, mai creativă și mai strategică. Am simțit că pot aplica tot ce am învățat până atunci și, în același timp, că pot învăța enorm de multe lucruri noi.

Care au fost cele mai mari provocări de până acum în carieră?

Una dintre cele mai mari provocări a fost să îmbin cariera cu momentele de pauză necesare în viața personală. De asemenea, asumarea poziției de director de vânzări a însemnat o mare responsabilitate, dar și o validare profesională. Mediul televiziunii este extrem de dinamic și presupune adaptabilitate constantă, decizii rapide și o



capacitate permanentă de reinventare. Cu toate acestea, fiecare obstacol m-a ajutat să cresc și să devin mai bună în ceea ce fac.

Ce te motivează în activitatea ta de zi cu zi?

Faptul că am o echipă talentată, cu care împărtășesc aceleași valori, este o sursă importantă de motivație. În plus, la *Canal 33* am libertatea de a propune idei noi, de a crea strategii personalizate și de a vedea cum acestea generează rezultate. În vânzări, fiecare contract încheiat și fiecare partener mulțumit reprezintă confirmarea că mergem în direcția bună. Mă motivează și ideea că pot contribui direct la imaginea și dezvoltarea unui canal de televiziune care are un cuvânt important de spus în piață.

Cum vezi viitorul tău profesional și ce obiective ai pe termen lung?

Îmi doresc să continui să dezvolt echipa de vânzări de la *Canal 33* și să creștem împreună, aducând proiecte inovatoare în

fața publicului și partenerilor noștri. Vreau să contribui la consolidarea poziției *Canal 33* în piață și să dezvolt strategii de vânzare care să aibă un impact semnificativ, atât local, cât și la nivel național. Pe termen lung, îmi doresc să fac parte dintr-o echipă care îndrăznește să inoveze și să atragă tot mai mulți telespectatori și colaboratori de valoare.

Care crezi că este secretul succesului în vânzări?

Din perspectiva mea, succesul în vânzări se bazează pe o înțelegere profundă a nevoilor clientului și pe construirea unei relații autentice, bazate pe încredere. Este important să fii flexibil, să te adaptezi rapid la schimbările din piață și să anticipezi tendințele. În televiziune, trebuie să fii creativ și să propui soluții personalizate, care să aducă valoare. Totodată, echipa este esențială – cu oameni potriviți alături, poți realiza lucruri extraordinare. Și nu în ultimul rând, e nevoie de perseverență – succesul se construiește în timp, prin muncă și dedicare.

Un gând de încheiere pentru cititorii Club Antreprenor?

Cariera în vânzări și în media nu este lipsită de provocări, dar vine cu satisfacții mari. Dacă alegi să investești în tine, în oameni și în idei, rezultatele nu întârzie să apară. La *Canal 33*, am găsit locul în care pot să inovez, să cresc și să contribui la un proiect care contează. Cred cu tărie că succesul vine din autenticitate, din pasiune și din dorința constantă de a evolua.



Antreprenoriatul - între succes, renunțare și echilibru

Articol de Cristina Anghel, Psiholog



Antreprenoriatul este, în esență, o formă de explorare: a pieței, a potențialului economic, dar și a propriilor limite, resurse și motivații. Spre deosebire de alte domenii profesionale cu trasee prestabilite, antreprenoriatul presupune o relație constantă cu incertitudinea, decizia și responsabilitatea.

În ultimii ani, fenomenul a cunoscut o expansiune considerabilă, iar tot mai mulți oameni aleg să își transforme ideile în inițiative de afaceri.

Cu toate acestea, dincolo de promisiunile succesului, drumul antreprenorial este complex și solicitant.

În paginile următoare, propunem o explorare a celor mai importante dimensiuni ale acestui parcurs: **succesul, eșecul, motivația, renunțarea, echipa și susținerea.**

SUCCESUL - ÎNTRE IMAGINE ȘI REALITATE

În percepția publică, succesul antreprenorial este adesea echivalat cu profitul, creșterea rapidă sau notorietatea. Cu toate acestea, pentru cei care trăiesc experiența din interior, succesul are nuanțe mult mai personale.

Este adesea definit de stabilitate, de autonomie în luarea deciziilor, de capacitatea de a aduce valoare într-un mod sustenabil.

Succesul nu apare întotdeauna ca o culminare a eforturilor, ci ca o serie de echilibre atinse pe parcurs: între inovație și fezabilitate, între muncă și viață personală,

între aspirații și resurse.

Într-un climat economic imprevizibil, capacitatea de a menține direcția și de a adapta strategia devine o formă de succes în sine.

EȘECUL - UN CAPITOL INEVITABIL, DAR VALOROS

Eșecul face parte integrantă din orice proces antreprenorial. Nu este un indicator al incapacității, ci al asumării.

De fapt, una dintre trăsăturile comune ale antreprenorilor de succes este reziliența – abilitatea de a învăța din greșeli, de a analiza obiectiv cauzele și de a reconfigura parcursul fără a pierde direcția.

Studiile arată că majoritatea antreprenorilor trec prin cel puțin un eșec major în primii ani de activitate.

Această statistică nu este un avertisment, ci o invitație la realism. Cultivarea unei relații sănătoase cu ideea de eșec este esențială pentru evoluție. În lipsa acesteia, frica devine un factor de blocaj.

RENUNȚAREA - DECIZIE STRATEGICĂ, NU SLĂBICIUNE

Contrar așteptărilor, renunțarea nu reprezintă întotdeauna un eșec.

În multe cazuri, ea poate fi o alegere strategică, menită să conserve resurse, să reducă riscurile sau să permită reorientarea către un proiect mai viabil. Antreprenorii experimentați dezvoltă, în timp, o formă de inteligență decizională care le permite să evalueze corect momentul în care o idee trebuie abandonată, ajustată sau redirecționată. Această capacitate de a renunța conștient este adesea mai valoroasă decât perseverența oarbă. Persistența este o calitate importantă, dar devine constructivă doar atunci când este

ȘTIAȚI CĂ...?

- Aproximativ 90% dintre startup-uri eșuează în primii 5 ani, cele mai frecvente cauze fiind lipsa pieței reale, gestionarea defectuoasă a echipei și strategii de marketing inadecvate.
- Conform unui studiu Harvard Business Review, reziliența emoțională este printre cele mai importante calități ale antreprenorilor de succes, mai importantă decât inteligența financiară în fazele incipiente ale afacerii.
- Antreprenorii care au un mentor activ au șanse cu 33% mai mari să-și stabilizeze afacerea în primii 3 ani.



susținută de evaluări realiste și de capacitatea de a răspunde la feedbackul pieței.

MOTIVAȚIA – MOTORUL DIN SPATELE DECIZIILOR

Motivația este resursa invizibilă care alimentează inițiativa antreprenorială. Spre deosebire de motivația extrinsecă (câștiguri, recunoaștere), motivația intrinsecă – dorința de a construi, de a inova, de a contribui – este cea care susține pe termen lung reziliența antreprenorului. În lipsa unei motivații clare, orice obstacol poate deveni o justificare pentru abandon. De aceea, este important ca fiecare antreprenor să își definească de la început valorile și intențiile care stau la baza proiectului său. Aceste repere devin ancore în momentele dificile și oferă coerență deciziilor.

ECHIPA – FACTOR CHEIE ÎN SUSTENABILITATE

Un alt aspect esențial al antreprenoriatului este capacitatea de a construi și menține o echipă. Dincolo de competențe, o echipă eficientă presupune încredere, loialitate și comunicare autentică. Rolul antreprenorului nu este doar de a conduce, ci de a crea un spațiu în care

RECOMANDĂRI PENTRU ANTREPRENORII DEBUTANȚI

1. Clarifică-ți motivația înainte de orice plan de afaceri. Întreabă-te: „De ce fac asta?” și „Ce vreau să construiesc cu adevărat?”
2. Începe mic, dar organizat. Multe afaceri se prăbușesc din cauza lipsei unui cadru operațional, nu a ideii în sine.
3. Investește în oameni, nu doar în idei. O echipă valoroasă poate compensa lipsurile temporare din strategia de business.
4. Învăță să pierzi rapid. Fiecare greșeală este o oportunitate de rafinare, dar doar dacă o recunoști la timp.
5. Caută susținere. Fie că este vorba despre grupuri de antreprenori, programe de mentorat sau colaboratori de încredere, sprijinul exterior te poate ajuta să vezi dincolo de propriile blocaje.

colaboratorii să se simtă valorizați, implicați și parte dintr-o misiune comună. Cultura organizațională este un element adesea ignorat în fazele inițiale, dar devine crucială pe măsură ce afacerea crește. Valori clare, transparență și coerență în leadership sunt condiții necesare pentru o echipă motivată și stabilă.

SUSȚINEREA – ÎNTRE SPRIJIN EXTERIOR ȘI ANCORARE INTERIOARĂ

Deși antreprenoriatul este adesea asociat cu individualismul, susținerea joacă un rol central în parcursul antreprenorial. Fie că vorbim despre mentori, rețele de networking, parteneriate sau pur și simplu despre sprijinul familiei, orice formă de suport poate face diferența între stagnare și progres. Pe de altă parte, cea mai durabilă formă de susținere este cea interioară: încrederea în

propria viziune, claritatea scopului și capacitatea de a lua decizii autonome. Echilibrul între susținerea din afară și ancorarea personală este ceea ce face diferența între un antreprenor vulnerabil și unul rezilient.

Antreprenoriatul este un traseu care presupune mult mai mult decât viziune și curaj.

Este o formă de maturizare profesională și personală, care implică decizii constante, asumări dificile și o relație permanentă cu incertitudinea.

Succesul nu este garantat, dar devine posibil atunci când este susținut de claritate, flexibilitate, echilibru și o motivație autentică.

Mai mult decât o carieră, antreprenoriatul este un mod de a fi: de a crea, de a influența, de a transforma.

Și, în cele din urmă, de a deveni – cu fiecare pas – o versiune mai clară și mai coerentă a propriei viziuni.

Cristina Anghel
Psihologie Clinica - Psihoterapie

0735555350

Cristina@laterapeut.ro @psiholog.anghelcristina
laterapeut.ro Cristina Anghel

Avem încă un nivel moderat al sistemului antreprenorial

În data de 2 aprilie 2025 a avut loc lansarea lucrării “Indexul Antreprenoriatului Românesc 2025”, **ediția a 2-a**, realizată de IMM ROMÂNIA, în parteneriat cu Banca Comercială Română, Pluxee Romania, Banca Transilvania și Groupama Asigurări. Lucrarea reprezintă cea mai complexă interpretare a datelor despre antreprenoriatul românesc și prezintă analiza indicelui mediului de afaceri, indicelui evoluției IMM-urilor și indicelui care reflectă aprecierea antreprenorilor referitoare la situația firmelor pe baza a **15 indicatori macro-economici** și anume: ritmul real de creștere a PIB-ului, rata șomajului, rata inflației, câștigul salarial mediu lunar net, dinamica fiscalității forței de muncă, dinamica impozitului pe profit și pe venit, dinamica impozitului pe dividende, respectarea principiului one in – one out, stabilitatea cursului de schimb, deficitul balanței comerciale, rata dobânzii raportată la rata inflației, dinamica investițiilor străine directe, rating-ul de țară, dinamica numărului de societăți comerciale, dinamica cifrei de afaceri medii a firmelor.

Scorul Indexului Antreprenoriatului Românesc este de 49,5 de puncte din 100 în 2025, corespunzător unui nivel moderat al sistemului antreprenorial. Cele patru categorii ale indexului sunt antreprenoriat



critic sau slab, antreprenoriat moderat, antreprenoriat emergent și antreprenoriat solid.

Cele mai importante aspecte semnalate în cadrul analizei 2025 sunt următoarele:

- Rata inflației este în scădere în anul 2024 față de anul 2023 cu un procent de 5,10 %;
- Rata șomajului în anul 2024 a fost de 3,28 % într-o ușoară urcare față de anul 2023;
- Salariul mediu lunar net a înregistrat o creștere de 11,14 % față de anul 2023;
- 30,37% din IMM-uri au estimat că evoluția economiei României va fi

favorabilă dezvoltării business-urilor lor în 2025;

- 36,85 % din IMM-uri au estimat o creștere a nivelului exporturilor în 2025 față de 2024;
- Percepția antreprenorilor cu privire la evoluțiile contextuale cu influență negativă asupra activității IMM-urilor: 74,24 % birocrația și fiscalitatea, 32,09% nivelul investițiilor mediului de afaceri, 50,76% procesul de creditare a firmelor, 50.75 % perspectiva calificărilor, competențelor și nivelul de profesionalism asupra forței de muncă.



În cadrul evenimentului au avut intervenții:

- Florin DUMA, Președinte IMM ROMÂNIA
- Florin JIANU, Autor "Indexul Antreprenoriatului Românesc"
- Valentin LAZEA, Economist șef Banca Națională a României
- Gabriela HORGHA, Președinte Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital a Senatului
- Prof.Univ.Dr. Ovidiu NICOLESCU, Președinte de onoare IMM ROMÂNIA
- Bogdan CERNESCU, Managing Director, Head of Corporate Banking BCR
- Gabor OLAIOS, Country Managing Director, Romania and Bulgaria Pluxee
- Viorel FLOREA, Director Vânzări Rețea Proprie Groupama.

"De la lansarea primei ediții a Indexului Antreprenoriatului Românesc, am obținut o imagine tot mai clară asupra direcției în care ne îndreptăm. A doua ediție a acestui studiu reflectă evoluțiile semnificative din peisajul antreprenorial, dar și provocările care ne stau înaintea. Scorul Indexului Antreprenoriatului Românesc indică o creștere de 0,5 puncte în comparație cu anul 2024, atingând 49,5 puncte din 100. Cu toate că ne aflăm în continuare la un nivel moderat al sistemului antreprenorial, subliniem că ne situăm la doar jumătate de punct distanță de antreprenoriatul emergent. Din perspectiva ratei inflației, în 2024 s-a înregistrat o scădere la jumătate față de anul trecut, ajungând la 5,10%. Cel mai bun scor din index s-a înregistrat la nivelul stabilității cursului de schimb, care, în comparație cu anul 2023, a avut o variație mică de aproximativ 0,5% față de valoarea medie. În timp ce indicatorii macroeconomici au crescut cu 3,25 puncte față de anul trecut, percepția antreprenorilor și optimismul acestora au scăzut cu 2,75 puncte. Continuăm să ne îndreptăm către o viziune europeană, cu dorința de a construi un mediu în care antreprenorii din România să prospere și să se alinieze celor mai bune practici internaționale. Mulțumim partenerilor noștri strategici și echipei de cercetare pentru contribuțiile valoroase, iar împreună vom continua să sprijinim dezvoltarea IMM-urilor!", au subliniat Florin Jianu și Dragoș Pufulete, autori.



Florin DUMA, Președinte IMM ROMÂNIA



Gabriela HORGHA, Președinte Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital a Senatului



Valentin LAZEA, Economist șef Banca Națională a României

Cum a fost la Forumul de concurență, francize și antreprenoriat, ediția I, 19 martie 2025

Club Antreprenor, Ziarul Pozitiv și SOROCAPP au organizat miercuri, 19 martie 2025, prima ediție a **Forumului de concurență, francize și antreprenoriat**. Dezbateră a fost găzduită de Palatul CCIB și moderată de Mihaela Mocanu, doctor în Drept, avocat specializat în francize, autor al cărții *Franciza, francizarea. Ghid practic*, ajunsă la ediția 3.

Inițiativă privată, prima ediție a Forumului a pornit într-un demers de profesionalizare a pieței de franciză, inclusiv prin împărtășirea cunoștințelor și experiențelor pe care francizorii și francizații le-au acumulat în cadrul relațiilor de franciză. Cunoașterea și aplicarea bunelor practici este esențială pentru stabilitatea și durabilitatea rețelelor de franciză. Prezența reglementatorului domeniului – Consiliul Concurenței a adus un important aport, prin informațiile valoroase cu privire la practicile sancționabile și ce le diferențiază de cele nesancționabile.

Partener principal al evenimentului a fost Banca Transilvania. Camera de Comerț și Industrie București (CCIB) și Global Print sunt, de asemenea, parteneri constanți ai evenimentelor organizate de Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv.

Lucrările Forumului au început cu prezentarea **Danielei Bădilă**, Directorul General al Consiliului Concurenței, care a punctat ultimele investigații inițiate de Consiliul concurenței, inclusiv cele referitoare la franciză, dar și la abuzul de negociere – acesta fiind cazul de la Spitalul Clinic de Urgență Floreasca.

Pintea Anghel, Manager Coordonator al Departamentului de Inițiative Antreprenoriale la BT Mic, parte a Grupului Financiar Banca Transilvania a prezentat pe larg beneficiile proiectului de educație antreprenorială STUP, o comunitate care reunește acum peste 32.000 de membri



– viitori antreprenori și proprietari de afaceri mici, mai ales cei la început de drum, în contextul în care afacerile mici, având cifra de afaceri de mai puțin de 2 milioane de lei pe an, reprezintă 80% din totalul business-urilor din țara noastră.

În cadrul STUP, în anul 2024 au fost organizate 264 de traininguri gratuite pentru antreprenori, de cursurile de educație antreprenorială beneficiind mai mult de 19.500 de persoane de la începutul proiectului STUP.



Danielei Bădilă, Directorul General al Consiliului Concurenței



Pintea Anghel, Manager Coordonator al Departamentului de Inițiative Antreprenoriale la BT Mic



George Bădescu, Directorul Executiv al Asociației Marilor Rețele Comerciale din România (AMRCR)

George Bădescu, Directorul Executiv al Asociației Marilor Rețele Comerciale din România (AMRCR) a menționat că intervențiile Consiliului Concurenței în sectorul de retail s-au făcut resimțite de-a lungul timpului. El a explicat că AMRCR are limitări în a face comunicări publice, menționând discuțiile permanente despre creșterea prețurilor. „Aceste discuții pot modifica comportamentul consumatorilor și performanța economică a unor jucători din piață. Se impune o actualizare a practicii în domeniu”, a concluzionat George Bădescu.

Oleg Roibu, Vicepreședintele Asociației Române a Magazinelor Online (ARMO) s-a arătat îngrijorat de concurența neloială a comercianților/ platformelor online din afara Europei și de lipsa taxării coletelor care intră din afara UE – cele având un preț mai mic de 150 de euro. Potrivit lui Oleg Roibu, doar în luna februarie 2025 au intrat în Europa peste 12 milioane de colete/zi, din afara UE.

Corina Munteanu, Președinte PADIR (Patronatul Antreprenorilor din Industria



Luisiana Dobrinescu, avocat

Înfrumusețării din România) a vorbit despre masiva nefiscalizare din domeniu (munca la negru), care generează concurență neloială în acest sector. De asemenea, ea a menționat recenta separare legislativă a domeniului medical de cel de înfrumusețare.

Luisiana Dobrinescu, avocat, a evidențiat care sunt riscurile fiscale atunci când contractul de franciză nu este redactat de specialiști. „Posibilitatea recalificării operațiunilor derulate în cadrul raporturilor de franciză de către Fisc are consecințe dezastruoase pentru francizat” a arătat Luisiana Dobrinescu. De asemenea, impozitarea francizei atunci când francizorul nu este rezident fiscal în România ridică serioase probleme.

Talida Giambașu, Marketing & PR, ERA GROUP a vorbit despre dinamica rețelei de franciză ERA GROUP și a menționat că francizele au o rată de faliment mult mai mică decât cea a afacerilor tradiționale, unul dintre motivele principale pentru care sunt și bancabile încă din faza de startup.



Dragoș Marineanu, Co-fondator Hot Rod Fun

Dragoș Marineanu, Co-fondator Hot Rod Fun a prezentat un exemplu de contract de franciză nesustenabil, importat direct din Germania. O mărturie extrem de sinceră și utilă, discursul lui Dragoș a punctat care au fost semnele vădite ale unui parteneriat defavorabil. Afacerea a putut fi salvată doar prin renunțarea la raportul de franciză - în contextul pandemiei - și păstrarea echipamentelor necesare derulării activității, așadar ceea ce a oferit, a fost un exemplu de „așa, nu”.

Daniela Bololoi, Președinte al Asociației Help Autism, a declarat că sistemul de franciză socială inițiat de Asociație are deja 2 francizați, urmând să se alăture în scurt timp încă 4 francizați. „Ei sunt motivați pentru că se implică în comunitate, fac și un bine, nu doar bani”, a adăugat ea.

Forumul de concurență, francize și antreprenoriat a oferit o platformă valoroasă pentru schimbul de idei și bune practici, subliniind importanța sprijinului pentru antreprenorii din România.



Mihaela Mocanu și Daniela Bădilă



Oleg Roibu, Vicepreședintele Asociației Române a Magazinelor Online (ARMO)



Talida Giambașu, Marketing & PR, ERA GROUP

Propunere Abonament 12 luni la Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv

Promovați-vă activitatea și participați la evenimente de top!
Abonament anual (12 luni): Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv
(publicarea de articole, acces la evenimente și revistă business)

Avem plăcerea de a vă propune un **abonament anual (12 luni)** la **Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv**, care include următoarele **beneficii**:

- **1 articol / lună** publicat pe clubantreprenor.ro și ziarulpozitiv.ro, **totalizând 24 de articole în 12 luni (2 x 12) + postări în social media.**
- **2 interviuri sau 2 advertoriale SEO (la alegere) redactate și publicate de echipa CA&ZP.**
- **Acces la comunitatea Business CA&ZP.**

BONUS:

- **Invitații gratuite la evenimentele organizate de Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv.** De asemenea, veți primi informații despre evenimentele organizate, precum și materiale post-eveniment (prezentări, fotografii, înregistrări video etc.). Calendarul actualizat al următoarelor evenimente poate fi urmărit pe clubantreprenor.ro și ziarulpozitiv.ro.
- **Primirea revistei Club Antreprenor** (10 ediții / an) în format PDF, pe email.

Preț Abonament CA&ZP: 3.000 lei pentru 12 luni

Alternativ, puteți opta pentru abonamentele noastre individuale:

Abonamentul Ziarul Pozitiv: 2.000 lei / 12 luni

Abonamentul Club Antreprenor: 2.000 lei + TVA / 12 luni

Contact:

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

George Vâlcu, Fondator, Ziarul Pozitiv, 0768.323.423, office@ziarulpozitiv.ro

Susțineți și citiți presa de calitate!



IRCA

INSTALAȚII DE RIDICAT
CAZANE ABUR

“

Atu-ul IRCA SISTEM
este specializarea continuă.
Nu poți accede pe o piață
în continuă mișcare și
reorganizare, fără să ai
personal care să facă față
provocărilor inerente.”

Mugurel Ștefan
Technical Manager, IRCA

IRCA SISTEM

- Implementare programe de întreținere și reparații echipamente și clădiri
- Mentenanță echipamente RSVTI

0724 332 885
irca.sistem@gmail.com

Str. Unghiului, Nr. 25, Cod poștal: 110138, Mun. Ploiești
Luni - Vineri: 09:00 - 17:30

Ambalaje personalizate



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



globalprint

www.tipografia-global-print.ro