



Nr. 21, mai 2025

clubantreprenor.ro

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



Interviu cu

Alexandru Bungescu

CEO, MBA PHARMA INNOVATION

MEREU APROAPE DE PACIENT

Ambalaje personalizate



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



globalprint

www.tipografia-global-print.ro

MANIFEST CONCORDIA: ECONOMIA ROMÂNEASCĂ NU ARE STĂPÂNI POLITICI

Având în vedere că duminică, 18 mai 2025 vom merge la vot, prezentăm apelul din partea lui Dan Șucu, Președintele Confederației Patronale Concordia, către mediul de afaceri și clasa politică.



Dan Șucu,
Președintele Confederației
Patronale Concordia

O treime din PIB-ul și bunăstarea românilor sunt produse în miile de societăți membre Concordia, cu peste 450.000 de angajați. Oriunde întorci capul în România vei da peste o fabrică, un magazin, un birou, un șantier al unui membru Concordia. Existăm ca să apărăm interesele celor care produc valoare pentru societate.

Prosperitatea României se datorează mediului de afaceri, companiilor și milioanele de români care lucrează în aceste societăți. Politicienii s-au succedat cu repeziciune, dar mediul nostru privat s-a construit cu greu și este statornic. Îmi este imposibil să-mi amintesc câți premieri sau miniștri de finanțe am cunoscut. Un politician care să cheltuiască arbitrar taxe pe care noi le plătim găsim ușor, dar un om de afaceri sau un antreprenor care să își asume responsabilitatea unei afaceri cu 50, 100, 1000 de oameni, mult mai greu.

Asta ne legitimează în fața oricărui Guvern, a oricărui politician și a oricărui președinte. Ne dă dreptul să solicităm ca anumite principii să fie respectate, ca **orice decizie economică să fie agreată cu mediul de afaceri reprezentativ.**

Din aceste motive, Concordia le cere imperativ celor doi candidați rămași în cursa prezidențială, să declare public, fără echivoc, că:

1. **Nu vor schimba drumul european și atlantic al României.** Este singura opțiune. Orice tentativă de deturnare a României de la parcursul european și atlantic va avea consecințe economice directe și va duce la un declin sigur al nivelului de trai și al veniturilor tuturor.
2. **Nu vor susține măriti de taxe și se vor implica în eliminarea dezechilibrelor**

economice. Cum? Prin promovarea cheltuirii responsabile a banilor publici.

În 2010, incapacitatea clasei politice de a adapta veniturile la cheltuieli în ciuda tuturor avertismentelor a dus la măsuri brutale, care au zdrobit sute de mii de companii și angajații lor, au omorât visurile antreprenorilor români și au prelungit criza cu încă trei ani. Se poate repeta? Măine, dacă decidenții vor apela din nou la vandalism fiscal.

3. **Vor respecta democrația, libertatea, proprietatea privată și domnia legii.**

Doar așa mediul privat poate produce bunăstare și noi vom avea încredere să continuăm investițiile.

Vrem o Românie în care inițiativa și hărnicia sunt răsplătite, nu pedepsite.

Vom trage la răspundere clasa politică fără ezitare și o vom face ori de câte ori interesele economice ale țării sunt amenințate.

Dar odată cu această putere, vine și responsabilitatea față de comunitățile în care ne desfășurăm activitatea. Îmi este cu adevărat rușine când întâlnesc oameni de afaceri care conduc companii cu sute de angajați, dar nu se implică în viața publică și în comunități.

Le reamintim răspicat: Ce ați muncit până acum, trebuie apărut. Uneori mai vocal, în fața celor pe care îi alegem, și cel mai adesea, implicându-vă în organizații patronale.

În România există, în continuare, oportunități mari și pentru a fi cu toții mai prosperi avem nevoie de decizii care se bazează pe date, nu pe dogme. Avem nevoie de o economie liberă, nu de stăpâni politici.



4

INTERVIUL EDIȚIEI

Mereu aproape de pacient

Interviu cu Alexandru Bungescu,
CEO, MBA PHARMA INNOVATION

CLUB ANTREPRENOR

14 Viitorul este arhitectura sustenabilă

Interviu cu Arhitect Cristina Petro,
Fondator, Cristal Concept Design

18 Susținem dezvoltarea durabilă a infrastructurii din România

Interviu cu Ing. Alin Constantinescu,
Director General, Lemacons

22 Am devenit o sursă de inspirație pentru cei din domeniu

Interviu cu Anita Maria Moldovan, cofondatoarea
companiei Patchouli Flowers Concept Store

26 Crește interesul clientelor pentru proceduri eficiente, non-invasive și cu rezultate rapide

Interviu cu Simona Clopotaru, Fondator, Angel Rose

30 România poate deveni o destinație atractivă pentru turiștii străini, dacă știe cum să-și spună povestea

33 Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv vor organiza joi, 12 iunie 2025, evenimentul cu tema Criminalitatea cibernetică în perioada digitalizării economiei și în vreme de război, ediția a IV-a

34 Diplomația comercială deschide noi oportunități pentru afacerile românești

Interviu cu Gabriel Răsvan Toader,
Președinte Prezidențial Club ABC

37 Muncitorii calificați revin în forță pe piața muncii - 580.000 de aplicări în ultima lună

38 Doar cei care știu să se transforme rămân cu adevărat puternici

Interviu cu doamna Cosmina Mărcuș-Simina,
Fondator, SOF PRODUCTION STĂNIJA

40 Plasmaserv Metal Connection, investiții de peste 1,5 milioane euro în 20 de ani

44 Raport ING Bank: În următorul deceniu, România ar putea intra în competiție cu țări precum Austria și Suedia pentru top 10 economii din Uniunea Europeană

46 Sprijin pentru comerțul rural:

RetuRO introduce un aparat mobil pentru colectarea ambalajelor SGR

48 Înțelegerea generațiilor – de la baby-boomer la zoomer

Articol de Gabriel Toma, Trainer,
Leadership intergenerațional

51 Organizația Salvați Copiii marchează

35 de ani în România prin lansarea programului Prima îmbrățișare, o investiție de 4,42 milioane euro care va susține reducerea mortalității infantile la nivelul mediei europene

52 Mentea campionilor. Ce rol are psihologul sportiv în performanța de top?

Articol de Oana Camelia Guraliuc, Psihoterapeut și
Psiholog sportivFondator, The Creative Stairway

BUSINESS NEWS

55 METIGLA aniversează 25 de ani în România - investiții suplimentare de 15 milioane euro și planuri de expansiune europeană

58 În luna martie 2025 turismul a continuat să scadă -4,1% la sosirile românilor în structurile de cazare clasificate

60 Moov Leasing atrage un credit sindicalizat de 110 milioane de euro pentru extinderea activității, corelat cu obiectivele de sustenabilitate ale companiei

63 România face un pas important în modernizarea transportului feroviar: RELOC Craiova a finalizat certificarea locomotivei electrice de 6000 kW, modernizată cu fonduri din PNRR



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

PUBLICAȚIE EDITATĂ DE

BDC MEDIA GROUP SRL

REDAȚIA

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

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.



MOZART
chocolate
LIQUEUR



Chocolate worth your time.

WWW.MOZART-SPIRITS.COM

Comenzi online: www.finestore.ro

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

Mereu aproape de pacient

Interviu cu **Alexandru Bungescu**, CEO, MBA PHARMA INNOVATION

Care este cartea de vizită a companiei MBA Pharma Innovation?

MBA Pharma Innovation este o companie dinamică fondată în anul 2013 cu o misiune clară: îmbunătățirea calității vieții pacienților prin produse farmaceutice și dispozitive medicale de înaltă calitate. Activăm atât pe piața internă, cât și pe piețele internaționale, iar angajamentul nostru față de inovație, siguranță și eficiență se reflectă în fiecare produs pe care îl dezvoltăm sau distribuim în exclusivitate.

Echipa noastră este formată din profesioniști dedicați, care pun în centrul activității lor nevoile reale ale pacienților și ale profesioniștilor din domeniul sănătății. Investim constant în cercetare, dezvoltare și parteneriate strategice, ceea ce ne-a permis să ne dezvoltăm în mai multe țări. În prezent ne desfășurăm activitatea cu succes pe piețe precum: România, Italia, Polonia, Republica Cehă, Slovacia și Republica Moldova; consolidându-ne poziția ca jucător regional cu viziune globală în industria farmaceutică.

Care sunt direcțiile strategice ale MBA Pharma Innovation pentru următorii ani?

Privim cu încredere către viitor și continuăm să investim în ceea ce ne definește: inovație, calitate și dezvoltare continuă. Strategia noastră se concentrează pe extinderea portofoliului cu soluții terapeutice moderne, consolidarea prezenței pe piețele internaționale și dezvoltarea de parteneriate durabile cu profesioniștii din domeniul sănătății. Ne propunem să fim mereu aproape de pacient, nu doar prin produsele noastre, ci și prin implicarea activă în educație, prevenție și conștientizare. Credem că un sistem de sănătate performant se construiește prin colaborare, responsabilitate și viziune pe termen lung.

Care este viziunea MBA Pharma Innovation pe termen mediu și lung în industria sănătății?

Viziunea noastră este să devenim un partener de referință pentru profesioniștii din domeniul sănătății, atât în România, cât și la nivel internațional. Ne propunem să dezvoltăm continuu produse inovatoare, accesibile și cu studii clinice, care să contribuie real la îmbunătățirea stării de sănătate a pacienților. Credem într-un model de creștere sustenabil, bazat pe încredere, etică și performanță.

Ce rol joacă echipa în succesul MBA Pharma Innovation și cum susțineți dezvoltarea profesională a angajaților?

Echipa este esența MBA Pharma Innovation. Credem că în spatele fiecărui produs de succes stau oameni dedicați, pasionați și profesioniști. Ne concentrăm pe crearea unui mediu de lucru colaborativ, deschis și motivant, în care fiecare angajat are oportunitatea de a-și valorifica potențialul. Investim în formare continuă, leadership, dezvoltare personală și în construirea unei culturi organizaționale bazate pe respect, inițiativă și implicare. Succesul nostru este rezultatul muncii în echipă și al încrederii reciproce.

Ce face ca echipa MBA Pharma Innovation să fie diferită și care sunt valorile care vă unesc?

Ceea ce ne diferențiază este modul în care lucrăm împreună – cu respect, responsabilitate și un scop comun: binele pacientului. Suntem o echipă unită, dinamică și orientată spre soluții, formată din oameni care cred cu adevărat în impactul muncii lor.

Ne unesc valori solide precum integritatea, pasiunea pentru inovație, dorința de a învăța continuu și grija autentică față de ceilalți. Suntem mândri că am construit o

companie în care fiecare voce contează și fiecare reușită este rezultatul unui efort colectiv.

Ce ne puteți spune despre portofoliul de produse și ce domenii terapeutice acoperă?

MBA Pharma Innovation dezvoltă, produce și vinde produse farmaceutice și dispozitive medicale care sunt concepute pentru a trata patologiiile de zi cu zi, din domeniile: ORL, Ginecologie, Gastroenterologie, Chirurgie, Pediatrie, Pneumologie, Dermatologie și Diabetologie. Lucrăm pe termen lung cu răbdare, determinare și bun simț pentru îmbunătățirea continuă a sănătății oamenilor prin soluții inovative și permanent adaptate nevoilor acestora. Ne dedicăm consolidării unei relații durabile între profesioniștii din domeniul sănătății și pacienți, pentru a fi mereu conectați la nevoile și provocările acestora. Susținem în mod constant educația medicală prin participarea activă la evenimente științifice, dar și prin organizarea de sesiuni de formare dedicate personalului din farmacii. În paralel, derulăm inițiative destinate pacienților, menite să crească nivelul de conștientizare asupra afecțiunilor tratate și să îi ajute să facă alegeri informate pentru sănătatea lor.

Am aflat că dețineți în portofoliu un produs de mare succes în terapia rănilor. Ne puteți spune mai multe?

În calitate de specialiști în terapia rănilor, promovăm o abordare integrată, care răspunde nevoilor fiecărei etape de tratament. Soluțiile noastre terapeutice sunt dezvoltate pe baza unor standarde riguroase de calitate, validate prin studii clinice internaționale de referință, dar mai ales prin experiențele pozitive a milioane de pacienți și profesioniști din domeniul sănătății.



Brand-ul nostru emblematic, de care suntem deosebit de mândri, este KADERMIN pe care îl găsiți în două forme de prezentare: Spray sau Cremă. Acestea sunt concepute pentru a trata o gamă largă de leziuni cutanate, inclusiv leziuni cronice și avansate asociate cu afecțiuni tot mai frecvente în societatea modernă, precum boala venoasă cronică și diabetul zaharat.

Produsele se adresează, de asemenea, tratamentului escarelor, o problemă complexă în îngrijirea pacienților imobilizați, pentru care studiile clinice au arătat o reducere semnificativă a timpului de vindecare și a costurilor de spitalizare. Cu o prezență internațională solidă, KADERMIN este utilizat de peste 20 ani în 35 de țări, fiind deja parte din tratamentul a peste 3.000.000 de pacienți anual. Este, fără îndoială, un partener de încredere pentru cadrele medicale și un sprijin real pentru pacienți în lupta cu rănille dificile. În 2023 am introdus un nou produs în gamă și anume KADERMIN RECTO, un produs recomandat pentru hemoroizi și fisuri anale, care se bucură în momentul de față de un real succes.

Există produse sau game terapeutice aflate acum în dezvoltare pe care le veți lansa în curând?

Da, în prezent avem în dezvoltare mai multe produse care vizează patologii frecvente și insuficient acoperite, în special din aria Ginecologie, Dermatologie și Gastroenterologie. Lucrăm intens și la extinderea gamei de dispozitive medicale cu tehnologie avansată, care vor fi lansate atât pe piața din România, cât și în afara țării, începând cu 2026.

Cum vă asigurați că produsele pe care le oferiți răspund cu adevărat nevoilor pacienților și ale profesioniștilor din domeniul medical?

Punem un accent deosebit pe colaborarea strânsă cu medici, farmaciști și pacienți. Colectăm feedback constant din teren, participăm activ la congrese medicale și sesiuni științifice și lucrăm îndeaproape cu experți pentru a adapta și perfecționa fiecare formulare. Fiecare produs din



portofoliu este rezultatul unui proces riguros de cercetare și testare.

Ce rol joacă feedbackul primit de la pacienți și profesioniști în procesul de dezvoltare a produselor?

Feedbackul este esențial. Considerăm că ascultarea activă a nevoilor reale ale celor care utilizează produsele noastre este cheia pentru a inova în mod relevant. Multe îmbunătățiri de formulare sau ambalaj au fost realizate plecând de la observațiile directe primite de la medici, farmaciști sau pacienți.

Care este strategia de extindere a MBA Pharma Innovation pe piețele externe, atât în Europa Centrală, cât și în regiuni non-UE, precum Dubai?

Prezența MBA Pharma Innovation pe piețele internaționale a evoluat într-un mod constant și sustenabil, susținut de parteneriate solide și de o adaptare strategică a portofoliului în funcție de specificul fiecărei țări.

În Republica Moldova, am reușit să implementăm rapid o parte semnificativă din portofoliul nostru, beneficiind de o receptivitate crescută față de soluțiile noastre terapeutice.

În Italia, diferențierea s-a realizat prin introducerea de produse inovatoare, cu profil de siguranță dovedit și susținute de studii clinice relevante. Colaborăm cu parteneri strategici locali care împărtășesc viziunea noastră axată pe pacient și calitate. Totodată, ne consolidăm prezența în piețe din Europa Centrală, precum Polonia, Cehia și Slovacia, unde identificăm oportunități semnificative pentru extinderea portofoliului nostru. În paralel, explorăm extinderea în piețe non-UE cu potențial ridicat, cum ar fi Emiratele Arabe Unite

(Dubai), unde interesul pentru produse de calitate, susținute științific, este în continuă creștere.

Ce ne puteți spune despre planurile de dezvoltare viitoare ale companiei și extinderea în noi piețe internaționale?

Planurile noastre de dezvoltare se bazează pe o strategie clară de extindere regională și internațională, consolidând prezența în piețele actuale și deschizând noi direcții de export în Europa, dar și în alte regiuni emergente cu potențial ridicat.

Ce provocări și oportunități ați întâlnit în extinderea portofoliului și colaborărilor în spațiul european?

Una dintre principalele provocări o reprezintă diferențele legislative și cerințele de înregistrare specifice fiecărei țări. Pe de altă parte, extinderea ne oferă oportunitatea de a valida produsele pe piețe competitive. Succesul produselor noastre în mai multe țări europene confirmă potențialul nostru.

Colaborați cu nume importante din industria farmaceutică europeană. Ne puteți spune mai multe despre parteneriatele MBA Pharma Innovation cu Klosterfrau Healthcare Group și Laboratoire Innotech International?

MBA Pharma Innovation este partener oficial în România al unor companii farmaceutice de renume, precum Klosterfrau Healthcare Group din Germania și Laboratoire Innotech International din Franța. Aceste colaborări reflectă angajamentul nostru de a integra în portofoliul local produse de calitate superioară, cu eficiență dovedită și recunoaștere internațională. Prin parteneriatul cu Klosterfrau

“
Ne propunem să dezvoltăm continuu produse inovatoare, accesibile și cu studii clinice, care să contribuie real la îmbunătățirea stării de sănătate a pacienților.

Healthcare Group, avem acces la un portofoliu bine structurat, bazat pe tradiție farmaceutică germană și inovație constantă, axat pe produse OTC și dispozitive medicale cu eficiență recunoscută clinic. Colaborarea cu Laboratoire Innotech International ne permite să oferim pacienților din România soluții moderne, dezvoltate în Franța pe diferite arii terapeutice cum ar fi chirurgie, dermatologie, ginecologie și flebologie. Aceste parteneriate nu înseamnă doar distribuție, ci și un schimb constant de know-how, expertiză și bune practici, cu impact pozitiv atât asupra profesioniștilor din domeniul sănătății, cât și asupra pacienților. Sunt alianțe strategice care consolidează poziția MBA Pharma Innovation ca platformă de excelență farmaceutică în Europa de Est.

Cum a fost primită abordarea voastră integrată în piețele externe, comparativ cu cea din România?

Abordarea noastră integrată – care îmbină produsul, educația medicală și comunicarea strategică – a fost foarte bine primită pe piețele externe, confirmând eficiența modelului nostru și în afara granițelor României.

În Italia partenerii apreciază consistența mesajului, calitatea materialelor științifice și disponibilitatea noastră de a construi relații solide, pe termen lung, bazate pe încredere și profesionalism. Aceeași deschidere am întâlnit și în piețele din Polonia, Cehia și Slovacia, unde modelul nostru de colaborare – centrat pe susținerea profesioniștilor din domeniul sănătății și promovarea unor produse validate clinic – este perceput ca o alternativă matură și bine structurată față de abordările tradiționale. În același timp, în piețele non-UE,

“
MBA Pharma Innovation dezvoltă, produce și vinde produse farmaceutice și dispozitive medicale care sunt concepute pentru a trata patologiile de zi cu zi, din domeniile: ORL, Ginecologie, Gastroenterologie, Chirurgie, Pediatrie, Pneumologie, Dermatologie și Diabetologie.



precum Dubai, interesul este tot mai crescut pentru un partener care oferă nu doar produse inovatoare, ci și suport științific și instrumente moderne de comunicare. Acest tip de abordare diferențiază MBA Pharma Innovation și ne poziționează ca un partener de încredere în procesul de extindere internațională.

În ce mod colaborați cu medicii și farmaciile din România și din străinătate pentru a susține utilizarea corectă a produselor?

Colaborarea cu profesioniștii din domeniul sănătății – medici și farmaciști – este un pilon esențial al strategiei noastre, atât în România, cât și în piețele externe. Ne concentrăm pe crearea unui parteneriat real, bazat pe încredere, transparență și suport constant pentru educație medicală continuă.

În România, organizăm în mod regulat traininguri, workshopuri tematice și sesiuni de educație medicală continuă (EMC), atât fizic cât și în format digital, prin platforme dedicate. Punem la dispoziția

profesioniștilor din sănătate materiale informative clare, ghiduri de administrare, studii clinice și documentație științifică actualizată. În plus, echipa noastră de reprezentanți medicali și farmaceutici este instruită pentru a oferi sprijin personalizat și adaptat nevoilor fiecărui partener. În piețele externe, replicăm acest model, adaptându-l specificului local. În țări precum Italia, Republica Moldova, Polonia, Cehia sau Slovacia, colaborăm cu lideri de opinie, medici specialiști și farmacii care împărtășesc viziunea noastră orientată spre

pacient. Organizăm webinare internaționale, sesiuni de prezentare a noilor produse, dar și programe de formare continuă pentru farmaciști, în colaborare cu asociații profesionale locale.

În piețele non-UE, cum este cazul Dubaiului, lucrăm la construirea unor rețele de distribuție și informare în care comunicarea științifică și suportul educațional sunt adaptate normelor locale și nivelului ridicat de exigență al profesioniștilor de acolo. Prin toate aceste acțiuni, urmărim nu doar promovarea produselor, ci mai ales asigurarea utilizării corecte, responsabile și eficiente, contribuind astfel la rezultate reale în practica medicală și la creșterea încrederii în brandurile noastre.

Accesul la terapii a fost perturbat de discontinuitățile în aprovizionarea cu medicamente apărute pe întreg teritoriul UE. Ce soluții există pentru a preîntâmpina sau rezolva aceste discontinuități?

O mai bună coordonare la nivel european, politici naționale proactive, parteneriate solide între autorități și industrie, rezerve strategice și diversificarea surselor de producție sunt esențiale.

Care sunt domeniile în care MBA Pharma Innovation va aduce inovație medicală în viitor?

MBA Pharma Innovation își concentrează eforturile viitoare de cercetare și dezvoltare pe arii terapeutice cu impact major asupra calității vieții pacienților, unde nevoia de soluții eficiente, sigure și accesibile este în continuă creștere. Pediatria, ORL, gastroenterologia, ginecologia și terapia rănilor reprezintă în prezent priorități strategice pentru compania noastră. În pediatrie, mizăm pe dezvoltarea unor produse inovatoare care combină siguranța formulărilor

tradiționale cu acceptabilitatea ridicată pentru copii. Scopul este de a veni în sprijinul medicilor pediatri și al părinților cu soluții adaptate copilului și conforme cu cele mai recente ghiduri medicale Europene. În zona de gastroenterologie, dezvoltăm produse ce vizează afecțiuni digestive acute și cronice, punând accent pe formule complexe, cu sinergie dovedită între probiotice, aminoacizi, și extracte naturale standardizate.

În ginecologie, inovăm prin formulări moderne destinate sănătății intime feminine. Accentul este pus pe siguranța în administrare, inclusiv în perioade fiziologice sensibile.

În ceea ce privește terapia rănilor, continuăm să dezvoltăm și să extindem portofoliul de produse cu efect cicatrizant, antiseptic și regenerativ, utilizate atât în rănilor superficiale, cât și în tratamente dermatologice complexe.

Pe lângă aceste direcții terapeutice, explorăm și noi combinații între ingrediente consacrate și excipienți avansați, care permit o biodisponibilitate crescută, eliberare prelungită și stabilitate superioară.

În ansamblu, inovația la MBA Pharma Innovation nu înseamnă doar „noutate”, ci crearea de soluții relevante, eficiente și sustenabile, care răspund real nevoilor medicilor și pacienților. Această viziune ne ghidează în extinderea portofoliului și în consolidarea poziției noastre ca un jucător dinamic și responsabil în industria farmaceutică europeană.

Ce mesaj transmiteți tinerilor profesioniști care vor să se alăture industriei farmaceutice și inovației în domeniul sănătății?

Industria farmaceutică este un domeniu dinamic, cu un impact profund asupra societății. Le transmitem tinerilor profesioniști că aici pot construi o carieră de succes, contribuind direct la sănătatea și



În calitate de specialiști în terapia rănilor, promovăm o abordare integrată, care răspunde nevoilor fiecărei etape de tratament.

bunăstarea oamenilor. Este un drum care cere perseverență, pasiune, gândire critică și integritate.

La MBA Pharma Innovation, susținem inițiativa, învățarea continuă și implicarea reală. Credem în potențialul noilor generații și ne asumăm rolul de a-i ghida, de a-i învăța și de a le oferi sprijinul necesar pentru a deveni profesioniști care să transforme provocările în soluții.

Cum contribuiți la educarea publicului larg în ceea ce privește prevenția și sănătatea?

Ne implicăm activ în campanii de conștientizare și educație pentru sănătate, adresate publicului larg. Folosim canale multiple – de la social media, până la evenimente și materiale educative – pentru a oferi informații utile și corecte despre prevenție, stil de viață sănătos și utilizarea corectă a produselor farmaceutice. Credem că un pacient informat este un pacient mai responsabil și mai implicat în propriul parcurs terapeutic.

În final, ce mesaj ați dori să transmiteți celor care urmăresc evoluția MBA Pharma Innovation?

Dorim să transmitem un mesaj de încredere și responsabilitate: suntem o companie românească orientată spre performanță, care investește constant în inovație, calitate și parteneriate solide. Vom continua să dezvoltăm soluții eficiente și accesibile, să ne extindem pe piețele internaționale și să rămânem aproape de pacienți și de profesioniștii din domeniul sănătății, prin tot ceea ce facem.

MBA Pharma Innovation reflectă angajamentul față de inovație, responsabilitate și grijă pentru pacient – o companie dezvoltată alături de profesioniști, având sănătatea ca misiune principală.



Brand-ul nostru emblematic, de care suntem deosebit de mândri, este KADERMIN pe care îl găsiți în două forme de prezentare: Spray sau Cremă.



GERMAN QUALITY
ENTERTAINMENT

EXPERIENCE
THE MUSIC
OF

JOHN WILLIAMS

LIVE by LA CHAPELLE
SAUVAGE

8 IULIE
ATENEUL ROMÂN
ORA 20⁰⁰

STARWARS

SCHINDLER'S LIST

SUPERMAN

INDIANA JONES

HARRY POTTER

BlackCab

BALL
rest
garden

CR
1999

PUB
PUBER ENJOYER BAR
UNIVERSITATII

Bilete online
eventim

PROMART

#hashtag

re7consulting

SALVĂM

SUNNY MONDAY

re7

BlackCab



GERMAN QUALITY
ENTERTAINMENT



MUSIC TALES

FROM
**LORD
OF THE RINGS**

by La



Chapelle
Sauvage

Magical Journey to Middle-Earth

6 IULIE
ATENEUL ROMÂN
ORA 20⁰⁰

Bilete online

eventim

PROM'ART

#hashtag
PRODUCTION

re7consulting

SALVĂM



SUNNY MONDAY





BlackCab

BALI
rest
garde
ZOT



GERMAN QUALITY
ENTERTAINMENT

THE
PUB
PILSNER UNIQUE BAR
UNIVERSITATII

Restorant si Fieva
CR
1997
Cetate Rosie

Quinteto Astor Piazzolla

31.05.2025 - ATENEUL ROMÂN - ORA 20

BILETE ONLINE

PROM'ART

#hashtag
PRODUCTION

re7consulting
More than Marketing

eventim

iabilet.ro

Salvăm
Cultura

SUNNY MONDAY

BUS PARTY

BlackCab

BALK
FEST
GARDEN



GERMAN QUALITY
ENTERTAINMENT



Beyond the Red Curtain

TWIN PEAKS

Live in concert

La  Chapelle
Sauvage

5 iulie

ATENEUL ROMÂN

ora 20⁰⁰

BILETE ONLINE

eventim

PROM'ART

#hashtag
PRODUCTION

re7consulting
More than Marketing

ROMANIA
SALVĂM
MARE DOL



SUNNY MONDAY
High performance



Viitorul este arhitectura sustenabilă

Interviu cu Arhitect Cristina Petro, Fondator, Cristal Concept Design



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

Pasiunea pentru arhitectură vine cumva ca o extensie a principalului meu hobby din copilărie și anume pictura. Pot spune că direcția putea fi ușor de intuit, deoarece provin dintr-o familie care are strânsă legătură cu acest domeniu, tatăl și fratele meu fiind ingineri constructori...eu alegând partea mai artistică a domeniului și anume arhitectura. Motivul care a stat la baza începerii și continuării studiului și ulterior a profesării arhitecturii este clar PASIUNEA...eu „respir” arhitectură, trăiesc în fiecare clipă pentru această meserie, este lucrul care mă definește mai presus de orice.

Care sunt valorile pe care se bazează Cristal Concept Design?

Fiind firma mea de suflet, spun așa pentru că de-a lungul anilor împreună cu soțul meu am dezvoltat un adevărat business în acest domeniu, având mai multe firme cu diverse specializări în proiectare, valorile au fost conservate și păstrate în favoarea calității...Așa cum se spune arhitectura este o comandă socială și aici vin și completez că omul căruia ne adresăm e foarte important, de aceea încă de la început am acordat o deosebită atenție relației care s-a format între mine și client și mai ales am fost foarte atentă la nevoile acestuia.

Ce servicii oferiți? Cu ce subcontractori lucrați?

Așa cum v-am spus și mai sus am format o echipă de proiectare complexă împreună cu soțul meu. Serviciile de bază sunt cele de arhitectură civilă și industrială, dar conex oferim și servicii de urbanism realizând diverse studii de specialitate, pentru că se știe bine că arhitectură și urbanismul sunt strâns legate. De asemenea oferim și servicii

de inginerie prin echipele pe care le avem interdisciplinare de ingineri structuriști și instalatori. În ultimii ani ne-am axat și pe proiectele de rețele tehnico edilitare și aici mă refer la rețele de alimentare cu apă și canalizare precum și studii în domeniul circulației. Ca un trend al vremurilor am dezvoltat și un departament de avizare și autorizare în domeniul securității la incendiu, o nișă foarte importantă în contextul actual. Avem mai multe echipe de colaboratori atât pe plan local, cât și din țară. Pe fiecare specialitate mai sus menționată avem cel puțin 2 echipe din același domeniu, fapt ce duce la o fluidizare mult mai bună a procesului. Noi suntem ca o mașinărie, tot angrenajul trebuie să funcționeze, dacă un mecanism se defectează se strică întreg circuitul, și la noi e foarte important timpul.

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

În primul rând nucleul acestei echipe, și aici vorbesc de angajații noștri, este unul format din oameni tineri și foarte deschiși, cumva natural și colaboratorii au venit tot pe această direcție. Cred că motivarea celor din jur stă în puterea exemplului, atâta timp cât eu sunt un bun profesionist, un om cu principii, același lucru îl aștept și de la angajații (colegii) mei. Așa cum am specificat, una dintre caracteristicile de bază ale companiei noastre este profesionalismul și acest lucru l-am căutat și l-am găsit și la colaboratorii noștri și așa mai adăuga și stabilitatea: avem colaboratori cu care lucrăm de peste 15 ani.

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

Firma mea activează în prezent în domeniul arhitecturii și urbanismului, drept urmare clienții cei mai reprezentativi au fost și sunt dezvoltatorii imobiliari și firmele de construcții. Și aici dacă tot discutăm pe această temă aș dori să amintesc un om drag sufletului meu, aducând un omagiu domnului Pericleanu Ion. De ce am vrut să aduc aminte de el? Pentru că este omul care a crezut cel mai mult în mine și aici mă

refer în afara familiei și mi-a dat ca temă de proiectare acum mulți ani să proiectez primul meu bloc de locuințe. Vă dați seama ce înălțător a fost pentru mine, ca arhitect să primesc așa o mare provocare, un proiect atât de complex. Provocare care a venit la pachet și cu o mare responsabilitate, lucru pe care l-am dus la bun sfârșit cu brio, astfel punând bazele unei relații profesionale, o relație care a durat și durează de foarte mulți ani. De-a lungul anilor am avut foarte mulți clienți, din toate sferile sociale și economice. Mă pot mândri cu un număr de peste 1.000 de proiecte la activ, dar așa cum am mai spus acestea sunt de mică sau mare anvergură. Pe cât posibil am încercat să mă implic cât am putut de mult în toate și cu părere de rău recunosc că în ultimii ani nu am mai desenat propriu-zis, ci doar am coordonat echipa mea de colegi și colaboratori. Din păcate sunt anumite etape evolutive care vin natural și pe care nu ai cum să le ocolești. Ca firme de-a lungul anilor pot aminti: MICOR SRL, BASING ABCONS SRL, PERIGEM SRL, CROM TRAFIC SRL, CEREALE COLECT DISTRIBUTION SRL, FAMILIA FILIP împreună cu TRANSMETEORIT SRL, STAR BETON TOP SRL, SERCONS & CONTRACTOR SRL,

acestea îmi vin acum în minte, dar asta nu înseamnă că dacă nu am amintit pe cineva nu a fost la fel de important, așa cum am spus mai sus am avut șansa să proiectez foarte mult și acest lucru mă bucură, dar vine și cu o mare responsabilitate.

Care au fost principalele clădiri / proiecte realizate în ultimii ani?

Ultimii ani au fost ca un montagne russe pentru mine, am proiectat de la lucrări de anvergură redusă, și aici mă refer la case unifamiliale, dar foarte dragi mie, pentru că am cunoscut și legat strânse legături cu oameni extraordinari, până la blocuri foarte emblematic pentru orașul Tulcea, aici aș putea să menționez Bloc Griviței, la fel un proiect foarte drag sufletului meu. De asemenea mă pot mândri și asta la fel pot spune că e un tip de arhitectură tribuit, adus unui loc foarte drag mie, un loc încărcat de multe tradiții și cu o arhitectură care pe mine mă fascinează, arhitectura specifică Deltei Dunării, cu accente specifice etniei rușilor lipoveni - Casa Filip din Sarichioi, proiect cu care am luat 2 premii la Anuala de Arhitectură din 2019: Premiul președintelui OAR și Trofeul anualei și cu





care am apărut în diverse reviste de specialitate și în media.

Cine ar trebui să stimuleze cultura construirii de calitate?

Clar acest lucru ar trebui să cadă în sarcina arhitectului, e un fel de lege nescrisă. Arhitectul are datoria să asigure nivelul ridicat al calității într-un oraș, așa cum am fost instruiți în școală și mi s-a împământănit odată cu intrarea în câmpul muncii unde a trebuit să proiectez la scară reală, orașul este un organism viu în continuă schimbare. Așa este și cu arhitectura din punctul meu de vedere,

totul evoluează, se modifică. De aceea sarcina noastră este de a ghida clienții/beneficiarii în luarea celor mai bune soluții și sfătuirea lor în vederea alegerii celor mai potrivite concepte arhitecturale pentru a avea la final un produs de calitate.

Care sunt în opinia dumneavoastră tendințele în arhitectură și construcții, în anul 2025?

Aici discuția ar fi foarte lungă și cred că ar trebui cumva împărțită întrebarea, ca un tort în mai multe felii. Voi încerca să mă limitez la niște idei general valabile peste tot din punctul meu de vedere. Clar viitorul

este arhitectura sustenabilă, arhitectura care vine ca o mare provocare, un fel de duel între noi arhitecții și AI, aici încă mă documentez să pot trage o concluzie, lucrez la asta făcând o analiză SWOT, care să îmi releve cu adevărat direcția, dacă e bună sau nu. A doua idee generală care din punctul meu de vedere este foarte importantă este proiectarea bioclimatică, aici din punctul meu de vedere la nivel de țară suntem încă pe un tărâm virgin și o ultimă idee ar fi arhitectura care converge în clădirile Nzeb (Nearly Zero Energy Building). Și aici pentru mine fiecare zi este o provocare pentru că este foarte multă informație de procesat, dar cred că direcția această e cea corectă și normală.

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

Nu sunt pusă la punct în acest sens, vedeți dumneavoastră arhitectura este o nișă destul de exclusivistă. Eu personal nu cunosc arhitecți care să fi emigrat, dar dacă aș putea să dau un sfat poate pentru tinerii studenți sau pentru proaspeții arhitecți: Nu plecați din țară, aveți ce proiecta, considerați că "pânza" mai are suficient loc pentru idei multe, inovatoare și de calitate.

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

Practic, cu răspunsul de mai sus, am anticipat întrebarea aceasta... cumva v-am ridicat mingea la fileu. Tot timpul am încurajat arhitecții tineri care mi-au pășit în birou sau studenții la arhitectură că este de muncă pentru toți. Piața din România permite și are încă nevoie de multe persoane calificate în acest domeniu. Problema este și care sunt așteptările tinerilor arhitecți, pentru că vedeți dumneavoastră este o mare diferență între ce se proiectează în facultate și ce se proiectează în viața reală. Viața reală vine cu foarte multe provocări din toate părțile: clienți, instituții de avizare, constructorii, inginerii și lista e foarte lungă, nu aș vrea să descumpănesc pe cineva. Dar cred că asta e și farmecul meseriei: provocări la tot pasul. Ca o paranteză, sunt o persoană

foarte organizată și îmi fac un brainstorming/to-do list înainte să plec spre birou cu ce am de făcut în ziua respectivă: niciodată nu reușesc să îndeplinesc targeturile programate pentru că apar mereu alte provocări pe parcursul zilei.

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

Tot timpul am considerat concurența corectă, cinstită, benefică pentru dezvoltarea mea profesională. Consider că nu ar trebui să vedem ca un lucru negativ acest lucru și cred că e un lucru general valabil în toate domeniile. Din păcate mă confrunt atât eu, cât și colegii mei și cu aceea concurență neloială, generată de prețurile de dumping. Recunosc că am avut momente de nesiguranță, dar mi-am dat seama de-a lungul anilor că mai devreme sau mai târziu aceste lucruri se cern și rămâne calitatea la un preț corect.

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

Problema nu cred că stă la noi arhitecții, ci la instituțiile specializate din acest domeniu. Asist și din postura de arhitect care vine în comisii cu lucrări pentru avizare și din barca opusă, fiind membră în 2 comisii de urbanism la nivel local și concluzia mea este că uneori cei care sunt cu putere decizională se pierd în amănunte. La mine treaba este foarte simplă: fiind antreprenor eu sunt parte dintr-un angrenaj care încontinuu trebuie să funcționeze ca să se poată desfășura fără incidente întregul proces de proiectare, avizare și autorizare. În acest fel asigur un flux atât pentru angajații, cât și pentru colaboratorii noștri. Eu nu îmi permit nicio zi să o pierd, de aceea de multe ori și aici uneori cu părere de rău o spun, am neglijat anumite aspecte din viață personală, dar consider că este o



balanță care cumva stă într-un echilibru într-un fel sau altul.

Cum apreciați perioada de timp în care se eliberează avizele și autorizațiile de construcție de către instituțiile abilitate?

Fiind de destul de mulți ani în domeniu, pot trage o concluzie zic eu, pertinentă. Sistemul de avizare ca și cel de autorizare cu toate că se află sub aceleași legi diferă de la instituție la instituție, de la județ la județ și de la oraș la oraș, de aceea m-am canalizat de-a lungul anilor să proiectez numai în județul Tulcea, cu mici excepții am

proiectat și la nivel național, dar mai mult pentru persoane apropiate și nu am privit acel tip de lucrări ca provocări. Aici consider că suntem încă deficitari și pot spune că este o mare bilă neagră pentru domeniul nostru. Știu că la nivel legislativ există niște propuneri de modificare a unor legi și chiar introducerea unui cod al amenajării teritoriului, urbanismului și construcțiilor. Încă este în dezbatere așa că nu știu dacă formă finală va veni în beneficiul nostru sau nu. Dar da, este un proces foarte anevoios de avizare și autorizare a oricărui tip de proiect în acest moment în România, dar eu vreau să cred că direcția va fi spre o bună eficientizare pe viitor a întregului proces.

Sușținem dezvoltarea durabilă a infrastructurii din România

Interviu cu Ing. Alin Constantinescu, Director General, Lemacons



Specializată în execuția lucrărilor de construcție a drumurilor, autostrăzilor și podurilor, lucrări de canalizare și alimentare cu apă, construcții rezidențiale și nerezidențiale și instalațiile aferente, lucrări hidrotehnice, compania Lemacons s-a impus ca unul dintre cei mai serioși și inovativi constructori din județul Galați. Care au fost cele mai reprezentative proiecte / lucrări finalizate în ultimii ani?

În ultimii ani Lemacons a derulat proiecte reprezentative în domeniul energiei regenerabile, cu accent pe infrastructura pentru centrale eoliene, susținând astfel tranziția către un sistem energetic sustenabil. Printre cele mai importante lucrări finalizate se numără:

- Centrala eoliană din comuna Pechea, județul Galați (2023) – realizată pentru

investitorul Six Wings SRL, unde echipa Lemacons a executat fundațiile pentru două turbine eoliene Vestas V162 de 6,2 MW (150 m înălțime), drumuri de acces, platforme de lucru și drumuri de exploatare. S-au modernizat 2 km de drumuri și s-au amenajat 14 km pentru transportul componentelor, împreună cu 20.000 mp de platforme.

- Parcul eolian Cudalbi 2, județul Galați (2024 - 2025) – dezvoltat de Eximprod SRL, proiectul include execuția fundațiilor pentru 7 turbine Enercon E160 EP5 E2 (38,4 MW total), folosind tehnologii complexe de îmbunătățire a terenului și lucrări de amplasare pentru drumuri (24 km) și platforme (36.000 mp).

Aceste proiecte reflectă capacitatea Lemacons de a gestiona lucrări complexe prin intermediul dotărilor moderne din bazele de producție din Costache Negri (Galați) și Vădeni (Brăila), precum și

investițiilor constante în echipamente, laborator propriu și resurse logistice. În ultima perioadă am fost implicați în proiecte majore de infrastructură din care menționăm:

- Modernizare DN2L Soveja – Lepșa, km 60+145 – 76+277 - Proiectare și execuție, un proiect de modernizare a unui tronson strategic din rețeaua națională de drumuri.
- Modernizare DN2N km 52+860-60+000 Jitia-Bisoca și pod nou peste râul Rm Sărat la km 53+300 Etapa I- Pod nou peste râul Rm Sărat - Proiectare și execuție
- Modernizare tronsoane de drumuri județene din jud. Galați DJ253 – DJ242H – DJ255A – DJ240A – DJ252G – DJ251A, DJ240
- Reabilitarea și modernizarea drumului infrastructurii de transport regional pe tronsonul funcțional de interes județean

DN24D-DJ251B-DJ251A-DJ251H-DJ251-DJ255A-DN25

- Înființare rețea de canalizare menajeră și stație de epurare în comuna Pochidia, județul Vaslui.
- Înființare rețea de canalizare și stație de epurare în comuna Negrilești, județul Galați.

- Platforma Multimodală Galați, Etapa II - proiect recent finalizat care a inclus lucrări rutiere, feroviare și rețele edilitare de alimentare cu apă, iluminat public

În prezent derulăm lucrări de dezvoltare a infrastructurii portuare, contribuind la modernizarea logisticii fluviale:

- Amenajare Dane RO-RO în Portul Bazinul Nou, Galați
- Amenajare platforme Ro-Ro în cadrul aceluiași port
- Modernizarea și dezvoltarea Portului Mineralier Galați

Diversitatea și complexitatea proiectelor derulate în ultimii ani confirmă capacitatea Lemacons de a executa lucrări de infrastructură la cele mai înalte standarde, atât în regie proprie, cât și în cadrul unor parteneriate strategice.

Contribuiți activ la modernizarea porturilor din România.

Ce particularități au aceste construcții?

Da, contribuim activ la modernizarea porturilor din România, implicându-ne în proiecte complexe care susțin dezvoltarea infrastructurii fluviale și logistice, esențiale pentru economia națională și integrarea în coridoarele europene de transport.

În ultimii ani, echipa Lemacons a fost implicată în realizarea unor lucrări semnificative în Portul Galați, în special în zona Bazinului Nou, pe care le-am menționat anterior:

- Amenajarea danelor și platformelor RO-RO esențiale pentru creșterea capacității de transfer a mărfurilor pe cale rutieră și navală;
- Lucrări aferente proiectului de modernizare și dezvoltare a Portului Mineralier Galați, cu scopul de a optimiza operarea și manipularea mărfurilor. În cadrul acestui obiectiv se reabilitează și modernizează cele 16 dane fluviale și maritime prin realizarea următoarelor lucrări:

- Reparații ale elementelor degradate pentru întreaga structură de acostare (coloane la apă, coloane la uscat, grinzi transversale și longitudinale)
- Coborârea nivelului paramentului estacadelor pe toată lungimea de acostare (16 dane maritime și fluviale pe o lungime de 2.000 m)
- Dotarea danelor cu accesorii de cheu
- Grindă nouă de coronament cu apărătoare de muchie încastrată
- Refacerea zonelor afectate de prăbușiri în spatele daunelor cu pereți mulați
- Realizare platforme 20.000 mp.

Prin proiecte de acest tip ne confirmăm competența tehnică și angajamentul față de dezvoltarea infrastructurii portuare strategice din România.

Cum apreciați ritmul / durata în care se derulează licitațiile pentru marile proiecte de construcții și se soluționează contestațiile la licitații?

Ritmul de derulare a licitațiilor pentru marile proiecte de construcții rămâne o provocare constantă în România, în special atunci când vorbim despre proiecte cu finanțare publică sau europeană.

Deși în ultimii ani s-au făcut progrese în digitalizarea procedurilor și în transparentizarea etapelor, durata întregului proces – de la lansarea licitației,

evaluarea ofertelor și până la soluționarea eventualelor contestații – este adesea semnificativ mai mare decât nevoile reale ale proiectelor de infrastructură. Contestațiile, deși reprezintă un instrument necesar pentru asigurarea corectitudinii și egalității de tratament, ajung uneori să blocheze sau să întârzie nejustificat implementarea unor investiții strategice. Termenele legale nu sunt întotdeauna respectate, iar suprapunerea mai multor etape procedurale poate duce la pierderi de timp importante.

Considerăm că este esențială consolidarea unui echilibru între rigoarea juridică și eficiența procedurală, pentru ca proiectele mari de construcții să poată începe și derula într-un ritm care să răspundă real nevoilor comunităților și economiei.

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

Forța de muncă reprezintă una dintre cele mai mari provocări cu care se confruntă industria construcțiilor, însă la Lemacons am ales să abordăm această problemă strategic, sustenabil și cu responsabilitate socială.

Ne bazăm exclusiv pe forță de muncă românească, fără a apela la personal extern,





și ne asumăm misiunea de a susține și dezvolta capitalul uman local. Credem cu tărie că investiția în specialiștii români este esențială pentru calitatea, stabilitatea și durabilitatea proiectelor noastre.

Pe lângă menținerea unei echipe bine pregătite și motivate, am înțeles că formarea începe din școală. De aceea, susținem învățământul dual și specializările tehnice din domeniul construcțiilor, oferind elevilor posibilitatea de a desfășura practică în șantierele noastre, alături de specialiști Lemacons. Le oferim acces la experiențe reale de lucru, îndrumare calificată și, nu în ultimul rând, șansa integrării profesionale după finalizarea studiilor.

Această abordare ne permite nu doar să formăm o nouă generație de profesioniști, ci și să contribuim activ la consolidarea pe termen lung a resurselor umane din domeniul construcțiilor în România.

La ce proiecte de anvergură lucrați acum?

Una dintre direcțiile strategice de dezvoltare ale Lemacons este consolidarea capacității de producție pentru elemente prefabricate din beton, esențiale în lucrările de infrastructură rutieră.

Compania produce o gamă variată de prefabricate, printre care:

- Elemente din beton pentru podețe dalate și casetate;

- Grinzi precomprimate cu corzi aderente, utilizate în construcția podurilor, realizate fie pe baza proiectelor beneficiarului, fie proiectate intern de echipa noastră tehnică.

Având în vedere cererea tot mai mare pentru astfel de soluții constructive, în prezent ne dezvoltăm o nouă linie de producție dedicată construcției de poduri și podețe în cadrul bazei din județul Brăila.

Această investiție ne va asigura rapiditate în execuție, capacitate mare de producție, creșterea volumului de lucrări, mărirea portofoliului de produse și clienți, precum și costuri optimizate și prețuri competitive pentru partenerii noștri. Astfel ne vom consolida poziția de furnizor integrat de soluții tehnice moderne, capabil să răspundă prompt și eficient cerințelor tot mai diversificate ale pieței.

Lemacons este un partener de încredere în sectorul construcțiilor din România, implicat în proiecte ample ce acoperă domenii esențiale precum infrastructura rutieră, dezvoltarea urbană și energia regenerabilă, lucrări de infrastructură edilitară, rețele de apă și canalizare, stații de epurare, precum și construcții civile.

Am demarat recent lucrările de execuție în cadrul Proiectului Regional Extinderea și modernizarea sistemului de apă și canalizare în Județul Vrancea VN-CL-08.1-Înființare sistem de alimentare cu apă și canalizare în localitățile Lepșa, Greșu,

Gugești, Sihlea din județul Vrancea în care vor fi executate lucrări ample de modernizare ce cuprind: conductă de aducțiune din fontă ductilă, stații de tratare a apei, rezervoare de înmagazinare, stații de pompare la captare, extinderea stației de epurare existentă, lucrări electrice și SCADA, înființare bransamente la rețeaua existentă de alimentare cu apă.

În cursul acestui an ne vom implica în continuare și în alte tipuri de lucrări de mare interes pentru comunitate:

- Extindere, modernizare și dotare a Spitalului Clinic Județean de Urgență „Sfântul Apostol Andrei”
- Modernizarea infrastructurii de transport public cu tramvaiul - Bulevardul Siderurgiștilor și strada Ștefan cel Mare, municipiul Galați.
- Modernizarea Depoului de tramvaie nr. 1 în cadrul proiectului de dezvoltare urbană a municipiului Galați
- Extinderea rețelei de troleibuze pe strada Gării (între str. Domnească și str. Nicolae Bălcescu) și pe strada Nicolae Bălcescu (între str. Gării și str. Brigadierilor).

Vom dezvolta în continuare lucrări în domeniul energiei regenerabile, rămânând în continuare deschiși către noi parteneriate care vizează dezvoltarea de proiecte durabile și tehnologii verzi.

Cu o echipă formată exclusiv din forță de muncă românească, tehnologie modernă și capacitate logistică proprie, suntem pregătiți să livrăm lucrări de calitate și să susținem dezvoltarea durabilă a infrastructurii din România.

Un rol esențial în buna desfășurare a lucrărilor îl are flota auto complexă a companiei, compusă din utilaje moderne și echipamente de șantier, care permit adaptarea rapidă la specificul fiecărui proiect. Această capacitate logistică proprie asigură un flux operațional eficient, reducând timpii de execuție și optimizând resursele pentru fiecare lucrare în parte.

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

Lemacons colaborează cu o rețea solidă de furnizori naționali și internaționali, selectați pe criterii riguroase de calitate, fiabilitate, capacitate logistică și compatibilitate cu



Toți acești factori au contribuit la o instabilitate accentuată a pieței, complicând estimările de cost și afectând predictibilitatea bugetară a proiectelor de construcții.

Ce sfaturi aveți pentru cei care vor să-și deschidă un business? Cum apreciați că sunt stimulați tinerii antreprenori din România?

Deschiderea unui business presupune viziune, asumare și perseverență. Pentru cei aflați la început de drum, cel mai important sfat este să pornească de la o idee bine fundamentată, adaptată realităților pieței și să construiască pas cu pas, cu răbdare și disciplină. Este esențial să investească în formarea profesională continuă, să își cunoască publicul-țintă, să își definească valorile și să își respecte angajamentele.

Un alt aspect esențial este **echipa** – oamenii potriviți, corect motivați, pot face diferența între un proiect care rezistă și unul care se oprește prematur.

În ceea ce privește **sprijinul acordat tinerilor antreprenori în România**, există programe și inițiative publice și private menite să încurajeze inițiativa – de la finanțări nerambursabile și fonduri europene, până la incubatoare și huburi de afaceri.

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

Executivul ar trebui să susțină companiile românești prin măsuri concrete, stabile și predictibile. Simplificarea procedurilor birocratice, accesul real și rapid la finanțare, investițiile în infrastructură și stimularea forței de muncă locale sunt esențiale. Totodată, transparența în achizițiile publice și susținerea capitalului autohton în marile proiecte ar crea un cadru favorabil dezvoltării durabile a mediului de afaceri românesc.



cerințele tehnice ale proiectelor. Aceste parteneriate ne permit să asigurăm continuitatea și standardul ridicat al lucrărilor executate în domenii precum infrastructura edilitară, construcțiile civile și proiectele energetice.

Avem parteneriate stabile cu producători de ciment precum Holcim, Romcim, esențiali pentru activitatea noastră, întrucât betonul reprezintă elementul de bază în majoritatea lucrărilor pe care le executăm – de la fundații și structuri de rezistență până la platforme tehnologice și infrastructură rutieră. Betonul produs în stațiile proprii, amplasate strategic în județele Galați și Brăila, împreună cu baza de producție de elemente prefabricate din beton, reprezintă un pilon esențial în susținerea proiectelor noastre prin asigurarea unui flux logistic eficient și a unei capacități de reacție rapide pe șantiere. În completarea acestui lanț de aprovizionare integrat, colaborăm cu parteneri specializați, precum Citadina 98 SA, furnizor de mixturi asfaltice esențiale în execuția lucrărilor de infrastructură rutieră. De asemenea, colaborăm cu: Sika România pentru aditivi, hidroizolații, mortare tehnice; Grundfos și Romstal pentru echipamente și materiale pentru instalații sanitare și termice; Valrom pentru materiale necesare execuției rețelelor edilitare și infrastructură subterană; Moldtech pentru matrițe elemente prefabricate, ce susțin standardizarea producției proprii.

Seriozitatea și promptitudinea acestor parteneri contribuie esențial la respectarea termenelor și calității lucrărilor. Suntem, totodată, deschiși extinderii colaborărilor pentru a sprijini proiecte viitoare, inovative și sustenabile.

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

Creșterea accentuată a prețurilor la materialele de construcții din ultimii ani a fost determinată de o serie de factori cumulativi, care au generat presiuni constante asupra pieței de profil:

- Majorarea costurilor la energie și combustibili, cu impact direct asupra proceselor de producție și transport;
- Perturbări semnificative în lanțurile de aprovizionare, cauzate de conflicte geopolitice (inclusiv războiul din Ucraina), pandemia COVID-19 și lipsa materiilor prime la nivel global;
- Cererea accelerată, susținută de relansarea proiectelor publice și private, precum și de programele guvernamentale de investiții în infrastructură;
- Inflația generalizată, care a afectat toate sectoarele economice, inclusiv construcțiile.

Am devenit o sursă de inspirație pentru cei din domeniu

Interviu cu **Anita Maria Moldovan**,
cofondatoarea companiei Patchouli Flowers Concept Store



terminat Facultatea de Administrare a Afacerilor, la Universitatea din București, unde am fost la buget. Inspirația o iau din locurile pe unde merg, în special la Paris, locuri vintage, locuri cu povești, locuri cu istorie, unde descoperi arta la tot pasul și unde simt pulsul oamenilor.

Cine a fost primul client și în ce a constat comanda?

Când am deschis, am importat foarte multe flori într-o primă fază, dar actele firmei ne-au încurcat la început așa că în prima săptămână am făcut multe cadouri firmelor din zonă. Pe ei îi consider că au fost primii noștri clienți. În perioada în care amenajam magazinul, toată lumea intra să ne întrebe ce urmează să deschidem deoarece era totul acoperit și părea ceva cu totul altfel, desprins dintr-un decor inedit pentru piața locală. La prima noastră prezentare a vitrinei, când am descoperit-o, toți au fost uimiți să vadă colivii pline cu flori naturale. Încă de la început am reușit să atragem prin

Cum a început călătoria dumneavoastră în domeniul amenajărilor florale? Ce v-a inspirat să alegeți această cale?

Cred că cea mai bună descriere a călătoriei noastre în domeniul amenajărilor florale, de la început și până acum se regăsește pe

site-ul nostru, unde ne-am spus povestea cu sufletul deschis. Bazele antreprenoriatului le-am avut încă din perioada adolescenței, când mergeam cu părinții mei la târgurile internaționale de specialitate din domeniul obiectelor promoționale, unde erau, încă de atunci, foarte cunoscuți. Acolo am învățat să interacționez cu oamenii, iar mai apoi am





originalitatea compozițiilor florale, atât în magazine, cât și în aranjamentele pe care le creăm și vom continua pe aceeași linie a creativității, căci se dovedește a fi exact ce își doresc clienții noștri.

Care sunt cele mai solicitate produse?

Investim constant în ambientarea vitrinelor, în decorațiuni de sezon sau decorațiuni festive, în flori de calitate și colaborăm foarte bine cu videograful nostru, care crează mesaje video cu „tot ce visăm noi noaptea”. Personalitatea noastră este una unică, deoarece avem o abordare versatilă. Suntem recunoscuți pentru aranjamentele și buchetele shabby chic, pentru cele romantice, dar, la fel de bine furnizăm și buchete ori aranjamente elegante și somptuoase pentru evenimentele corporate sau pentru cele private de anvergură. Faptul că pentru noi, contează în primul rând mesajul pe care îl transmitem prin intermediul florilor ne face atât de originali, cu fiecare proiect sau buchet în parte. De multe ori am auzit de la cei care primesc flori de la Patchouli Flowers „Wow! Este mai mult decât am visat!”. Acestea sunt cuvintele care ne motivează să fim mereu altfel, bazându-ne pe

calitatea florilor care ne-a consacrat în piață.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră?

Consider ca am devenit o sursă de inspirație pentru cei din domeniu, mereu aducem flori noi, lansăm tendințe noi și tot ce postez și promovez pe paginile mele personale se vinde imediat. Suntem fericiți să știm despre clienții noștri că provin din toate mediile sociale, atât pensionari care vor să-și facă o bucurie sau oferă cuiva drag, cât și persoane publice, oameni de afaceri, artiști sau oameni obișnuiți. Toată lumea beneficiază de aceeași atenție și implicare atât din partea mea, cât și a echipei mele.

De unde vă aprovizionați cu materiile prime necesare?

Comenzile pentru evenimente durează în funcție de complexitatea lor. Este o provocare ca florile speciale să ajungă la timp și astfel să putem respecta cerințele clientului. Consider că valoarea aranjamentelor noastre nu stă în suma pe care clientul o achită, ci în emoția pe care vrem să o transmitem, fie că vorbim de un buchet prețios cu floare de mazăre, care are un parfum delicat,

aceasta fiind una din florile mele preferate, fie vorbim de un buchet format din bujori care ne amintesc de venirea lunii mai, luna mea preferată, când totul începe să prindă viața și culoare.

Contribuiți la buna organizare a unor evenimente importante. Cât timp durează în medie, realizarea unei comenzi pentru evenimente?

Au fost emoții intense, dar și frumoase atunci când am organizat evenimente în afara țării, precum cea de la Costa Navarino din Grecia, unde Roberta și soțul ei ne-au pus creativitatea în valoare și ne-au lăsat să ne jucăm cu piele, obiecte de lemn și cu flori exotice și colorate. Alt eveniment foarte frumos a fost la Byblos Art Hotel Villa Amista, din Verona. Aici provocarea pentru noi a fost să aducem florile în timp util din Olanda și să găsim soluții pentru toate piedicile care au apărut pe parcurs. Altă nuntă plină de emoții a fost cea a Andreei și a soțului ei, la Thracian Cliffs Golf&Resort, în Bulgaria, iar cea care mi-a rămas în suflet a fost nunta prietenei mele foarte bune, Cătălina, care a organizat nunta la Ego, în Mamaia, iar noi am făcut ca evenimentul să fie un vis frumos și parfumat. Sunt

„Încă de la început am reușit să atragem prin originalitatea compozițiilor florale, atât în magazine, cât și în aranjamentele pe care le creăm și vom continua pe aceeași linie a creativității, căci se dovedește a fi exact ce își doresc clienții noștri.”



momente speciale, pe care am reușit să le transformăm în amintiri de neuitat pentru clienții noștri.

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

Zilele cele mai aglomerate sunt miercurea și sâmbăta, atunci când primim flori proaspete. În weekend sunt foarte multe evenimente și petreceri, iar comenzile sunt destul

de multe. Perioada verii este una foarte aglomerată, dar să nu uităm de 1-8 martie, Ziua Îndrăgostiților, iar mai nou de Dragobete sau zilele onomastice de peste an. Strategia noastră, bazată pe experiență este să oprim comenzile online în acele zile aglomerate, astfel încât oamenii să se organizeze din timp și să aleagă relaxați buchetul dorit. Vrem să acordăm atenție sporită tuturor, nu să lucrăm la volum mare și în serii uzuale.

În cât timp ajunge comanda unui client la adresa acestuia? Cu ce firme de curierat colaborați?

Un buchet poate ajunge și într-o oră la destinație, suntem foarte bine pregătiți din acest punct de vedere. Avem același colaborator, pentru livrări, de 12 ani - un om cu inițiativă, răbdare și cu mult bun simț. Este un om de echipă care ne-a demonstrat că poate rezolva situații felurite.

Care sunt ultimele tendințe în acest sector?

Dacă ne referim la aranjamentele festive anul acesta se simte un vibe teatral, cu flori supradimensionate, în aranjamente sculpturale îndrăznețe. În cazul acestor construcții elaborate nu mergem pe combinații florale, ci ne rezumăm la 2-3 tipuri de plante și flori tocmai pentru a nu încălca vizual aranjamentul și pentru a lăsa liniile să iasă bine în evidență. În ceea ce privește buchetele sau aranjamentele de zi cu zi, mizăm mult pe naturalețe, pe parfum și pe culoare. Și anul acesta au mare succes buchetele vesel colorate, care aduc zâmbete prin mixul de flori exotice și cele obișnuite.



“De multe ori am auzit de la cei care primesc flori de la Patchouli Flowers „Wow! Este mai mult decât am visat!”. Acestea sunt cuvintele care ne motivează să fim mereu altfel, bazându-ne pe calitatea florilor care ne-a consacrat în piață.



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

Încă de pe perioada pandemiei, bursa de flori din Olanda și serele de flori din țară și din străinătate au avut mult de suferit, ca de altfel întreaga economie mondială. Tocmai din aceste cauze, prețurile florilor s-au dublat, la unele chiar s-a triplat. Clienții trebuie să înțeleagă lucrul acesta, iar dacă vorbim de calitate, automat prețul crește firesc. Costul florilor este dat totodată și de prețul transportului. De exemplu trandafirii sunt aduși din

Ecuador, de acolo vin cu avionul până în Olanda, iar la noi în țară ajung cu un camion special, cu temperatura reglată special pentru ele.

Care sunt calitățile și abilitățile pe care trebuie să le aibă un antreprenor din acest domeniu - amenajările florale?

Pentru mine a fost foarte important că am avut puterea și curajul să risc cât mai mult și aproape tot, mai ales că, de câțiva ani mă ocup și îmi asum comenzile de sărbători, care reprezintă o categorie specială.

“
Doresc să rămânem în topul florărilor din București. Pregătim lansarea unui nou concept – o florărie care să înglobeze o cafenea elegantă și un restaurant fusion, așa cum am descoperit în vacanțele mele prin lume.

Această putere și curajul sunt moștenite de la părinții mei, calități pe care le-am dezvoltat în timp, datorită experienței acumulate.

Ce strategie de dezvoltare aveți pentru următoarea perioadă?

Doresc să rămânem în topul florărilor din București. Pregătim lansarea unui nou concept – o florărie care să înglobeze o cafenea elegantă și un restaurant fusion, așa cum am descoperit în vacanțele mele prin lume. Mizez pe echipa mea, care a dovedit în timp nu doar profesionalism, ci și loialitate și pasiune pentru frumos.



Crește interesul clientelor pentru proceduri eficiente, non-invazive și cu rezultate rapide

Interviu cu Simona Clopotaru, Fondator, Angel Rose



Cum a decurs activitatea în primele 4 luni din acest an pentru Angel Rose – o clinică de tratamente corporale, tratamente faciale și epilare definitivă?

Activitatea din primele patru luni ale acestui an a fost una foarte promițătoare pentru Angel Rose. Am început anul cu energie și un plan strategic bine definit. Cererea pentru tratamentele corporale, în special cele de tip Cell Valley și Eximia, a crescut vizibil, ceea ce confirmă interesul clientelor pentru proceduri eficiente, non-invazive și cu rezultate rapide. De asemenea, epilarea definitivă a atras un număr semnificativ de clienți noi, în căutarea unui tratament cu efect de durată. Tratamentele faciale, în special cele cu Oxigenera Pro și peelingurile chimice Noon, au înregistrat o creștere constantă, fiind preferate datorită eficienței și faptului că nu implică timp de recuperare. În paralel, interesul pentru cursurile academiei a crescut semnificativ, semn că tot mai multe persoane își doresc să se profesionalizeze sau să devină antreprenori în acest domeniu. În ansamblu, primele luni ale anului au confirmat că investițiile constante în calitate, aparatură și formare dau rezultate solide.

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

Printre cele mai solicitate tratamente la Angel Rose se află cele din sfera remodelării corporale, unde Cell Valley (versiunea actualizată Revolv X), Dermocell și Eximia sunt preferatele clientelor care vor să obțină fermitate, reducerea stratului adipos și combaterea sau tratarea celulitei. Aceste

tratamente sunt personalizate în funcție de obiectivele fiecărei cliente și includ o evaluare inițială amănunțită. Consultația este gratuită. Durata ședințelor variază între 30 și 90 de minute, iar prețurile sunt cuprinse între 160 și 490 lei. De asemenea, masajele corporale – anticelulitice, terapeutice, cu bambus, cu miere sau de relaxare – sunt extrem de apreciate pentru combinația dintre eficiență estetică și beneficiile asupra stării generale de bine. Tratamentele faciale precum Oxigenera Pro, peelingurile Noon Aesthetics și cele clasice cu Bruno Vassari sunt, la rândul lor, foarte solicitate, prețurile variind între 300 și 500 lei. Epilarea definitivă pornește de la 50 lei/zonă, iar laminarea genelor și sprâncenelor între 150–250 lei. În plus, oferim promoții săptămânale avantajoase și pachete care includ mai multe ședințe sau proceduri combinate, ideale pentru cliente fidele sau pentru cele care doresc o transformare completă. Acestea sunt doar câteva din numeroasele servicii pe care le avem. Lista completă de servicii corporale, faciale, cosmetică etc. se poate vedea pe site, www.angelrose.ro.

Cum a evoluat relația cu clientele de-a lungul anilor? Ce considerați că a determinat fidelizarea acestora?

Relația cu clientele noastre s-a construit în timp, cu răbdare, consecvență și foarte multă implicare. Faptul că suntem prezenți de peste 17 ani în acest domeniu a contribuit semnificativ la crearea unui climat de încredere și stabilitate. Multe dintre cliente ne-au rămas alături ani la rând și vin nu doar pentru rezultate, ci și pentru atmosfera caldă, grija autentică și profesionalismul echipei. Consider că fidelizarea a fost posibilă datorită atenției constante la nevoile individuale, transparenței în comunicare și preocupării reale



pentru starea de bine a fiecărei persoane care ne trece pragul. În plus, sistemul nostru de bonusuri – pentru fidelitate, zile onomastice, recomandări, achitarea integrală a abonamentelor și opțiunea de plată în rate – este o dovadă în plus că ne respectăm clientele și dorim să le oferim mai mult decât un simplu serviciu.

Aveți și o academie unde organizați cursuri acreditate de operator aparatură corporală, operator aparatură facială, presoterapie și epilare definitivă. De asemenea, oferiți consultanță în deschiderea unui salon. Cum apreciați interesul pentru aceste cursuri și pentru inaugurarea unor saloane noi?

Academia Angel Rose a apărut dintr-o dorință personală de a transmite mai departe experiența acumulată în toți acești ani. De-a lungul timpului, am fost întrebata constant cum am început, cum aleg aparatura, cum construiesc relația cu clientele și cum pot alții să reușească în acest domeniu. Așa a luat naștere un program educațional complet, care include cursuri acreditate de Ministerul Muncii și Ministerul

„**Multe dintre cliente ne-au rămas alături ani la rând și vin nu doar pentru rezultate, ci și pentru atmosfera caldă, grija autentică și profesionalismul echipei.**

„**Cursurile sunt structurate cu accent pe practică, folosim aparatură de ultimă generație și simulăm situații reale întâlnite într-un salon. De asemenea, oferim consultanță personalizată celor care vor să deschidă propriul salon – de la pașii legali, la selecția aparaturii și strategii de marketing.**

Educației pentru operator aparatură corporală, operator aparatură facială, presoterapie și epilare definitivă. Cursurile sunt structurate cu accent pe practică, folosim aparatură de ultimă generație și simulăm situații reale întâlnite într-un salon. De asemenea, oferim consultanță personalizată celor care vor să deschidă propriul salon – de la pașii legali, la selecția aparaturii și strategii de marketing. Interesul pentru aceste cursuri este tot mai mare, iar feedback-ul primit confirmă că există o nevoie reală de formare corectă și susținere antreprenorială.

Care sunt planurile de viitor pentru Angel Rose?

Planurile de viitor pentru Angel Rose se bazează pe extindere și inovație. Pe termen scurt, vom introduce servicii de manichiură, pentru a completa paleta de servicii într-un mod natural și a oferi clientelor o experiență completă de înfrumusețare și relaxare. Pe termen mediu și lung, vizăm creșterea echipei și introducerea unor tehnologii de ultimă oră în tratamentele corporale și faciale. Ne dorim să rămânem un punct de



referință în domeniu, iar pentru aceasta investim continuu în aparatură performantă, formare profesională și crearea unui mediu unde clientela se simte ascultată și respectată. În zona educațională, pregătim lansarea unor noi module de cursuri și workshopuri avansate, precum și parteneriate strategice cu furnizori și instituții din domeniu.

Ce potențial există în segmentul de piață în care activați?

Piața serviciilor de estetică și remodelare corporală este într-o expansiune continuă. Există un interes tot mai mare pentru tratamente non-invasive, personalizate, care oferă rezultate vizibile fără perioade lungi de recuperare. Această tendință este susținută de dorința oamenilor de a se simți bine în pielea lor, de a preveni, nu doar de a corecta. În plus, piața devine tot mai educată, iar consumatorii aleg în cunoștință de cauză – știu ce își doresc și așteaptă rezultate reale. Dincolo de partea de servicii, observăm o creștere importantă și în zona educațională: tot mai mulți aleg să urmeze cursuri de specialitate și să pornească afaceri proprii. Acest context face ca segmentul nostru de piață să aibă un potențial real de dezvoltare și pe termen lung, mai ales dacă este



susținut de calitate, transparență și profesionalism.

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

Le recomand antreprenorilor care doresc să se alăture acestei piețe să înceapă cu o formare temeinică și să investească nu doar în aparatură, ci și în oameni. Succesul într-un salon nu ține doar de tehnologie, ci de modul în care creezi relații de încredere cu clientele, de seriozitatea serviciilor oferite și de consecvența cu care îți construiești brandul. Este esențial să lucreze cu pasiune, să fie implicați și să pună accent pe detalii – de la curățenie, atmosferă și comunicare, până la modul în care gestionează feedback-ul. Sfatul meu este să nu caute scurtături, ci să construiască durabil. Cu seriozitate, dedicare și formare continuă, această piață oferă șanse reale de succes și satisfacție profesională pe termen lung.

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

Antreprenoriatul din România a evoluat semnificativ în ultimii ani, mai ales în rândul femeilor care își doresc independență

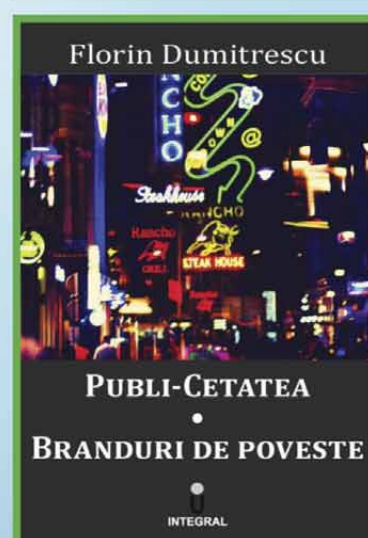
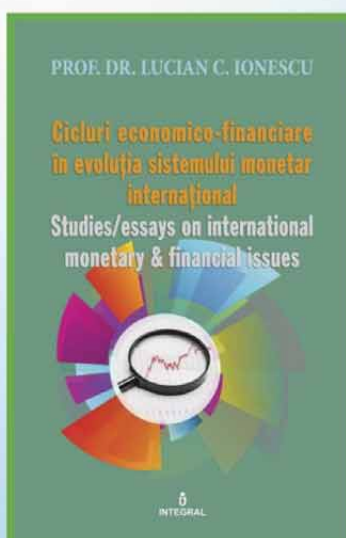
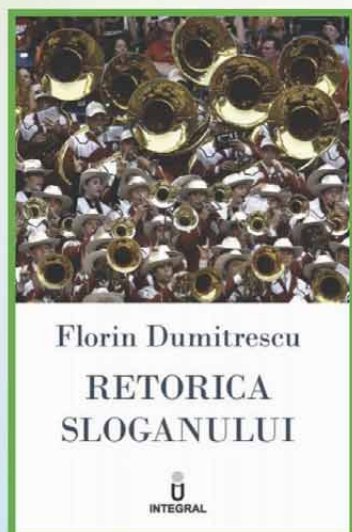
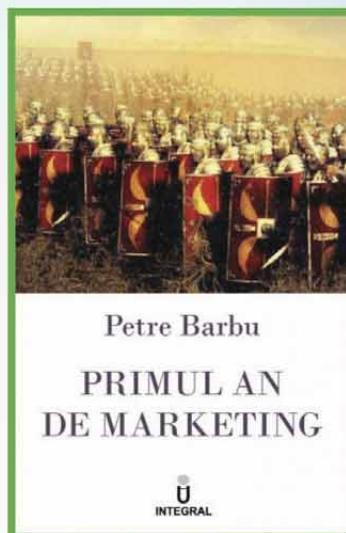
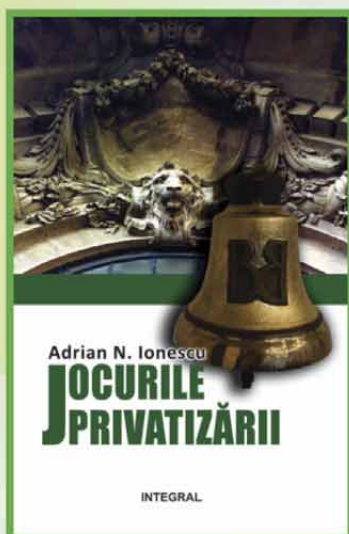


financiară și să construiască un business propriu. Observ cu bucurie o deschidere tot mai mare către inițiativă, inovație și dorința de dezvoltare profesională. Totuși, în comparație cu alte state din Europa Centrală, încă mai avem de recuperat la capitole precum sprijinul concret pentru start-up-uri, accesul facil la finanțare, birocrăția redusă și educația antreprenorială practică. Cred că avem un potențial uriaș, dar este nevoie de o viziune coerentă la nivel de sistem și de mai multă susținere reală din partea instituțiilor. Antreprenorii români sunt creativi, muncitori și rezilienți, iar dacă li se oferă condițiile potrivite, pot contribui semnificativ la modernizarea și dezvoltarea economiei locale.



Simona Clopotaru
Fondator Angel Rose – salon și academie
de formare în estetică
www.angelrose.ro |
0729 446 782 / 0721 491 404

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI



România poate deveni o destinație atractivă pentru turiștii străini, dacă știe cum să-și spună povestea

Interviu cu **Mihaela Călușer**, fondatoarea WENS Travel

De 28 de ani, WENS Travel transformă fiecare călătorie într-o experiență memorabilă. Fondatoarea agenției din Cluj-Napoca, Mihaela Călușer, vorbește despre provocările și oportunitățile actuale din industrie și despre strategia companiei pentru 2025. Într-un context marcat de schimbări rapide și cerințe tot mai sofisticate din partea clienților, antreprenoarea subliniază importanța încrederii în identitatea locală și a profesionalizării ofertei turistice românești. În opinia ei, România poate deveni o destinație atractivă pentru turiștii străini, dacă știe cum să-și spună povestea.



2.200 de dolari și cu acești bani am închiriat un spațiu în centrul Clujului, am instalat un telefon fix și un sistem de rezervări, pentru că lucrasem foarte mult la sistemul de ticketing. Așa am pornit la drum. Era aprilie, afară ninge cu lapoviță, iar în birou aveam doar o masă, un scaun și mult entuziasm. Turismul mi-a oferit oportunitatea de a aduce laolaltă pasiunea pentru călătorii, dorința de a cunoaște oameni și de a construi ceva valoros. Cea mai mare satisfacție a mea este să văd clienți fericiți, care revin an de an. Mă motivează nevoia de a inova, de a evolua constant și bucuria de a ști că munca noastră contribuie la momente memorabile în viața celor care aleg să călătorească alături de noi.

Cum a evoluat WENS Travel în cei 28 de ani de activitate?

La început, WENS Travel era specializată în vânzarea biletelor de avion. Treptat am crescut și ne-am extins serviciile către segmentul corporate, oferind organizare de evenimente și pachete turistice personalizate. Un moment-cheie în dezvoltarea agenției a fost anul 2000, când am obținut certificarea IATA, consolidând astfel încrederea partenerilor și clienților în profesionalismul nostru. Astăzi, portofoliul nostru acoperă o gamă largă de servicii: vacanțe personalizate, sejururi clasice, city break-uri, călătorii tematice sau de familie, dar și pachete exotice, cu plecări inclusiv din

Ce v-a determinat să vă orientați spre industria turismului, în anul 1997? Care este cea mai mare satisfacție pe care o obțineți din munca dumneavoastră și ce vă motivează să vă dedicați acestui domeniu?

Sunt absolventă a Facultății de Electrotehnică din Cluj-Napoca, însă am

profesat în domeniu doar doi ani. În 1995, am făcut o schimbare de direcție și m-am angajat într-o agenție de turism. A fost o perioadă de învățare intensă, în care am descoperit nu doar mecanismele industriei, ci și cât de mult îmi place acest domeniu. După o călătorie în Statele Unite, am luat decizia de a transforma această pasiune într-un proiect personal. Aveam strânși

Cluj-Napoca. În 2024, am înregistrat venituri de 10 milioane de euro, serviciile B2B generând 70% din cifra de afaceri, iar cele B2C – 30%. Cu o echipă de 26 de angajați și un istoric de peste 195.000 de itinerarii, 11.500 de călătorii de afaceri și 29.000 de clienți, WENS Travel este recunoscută la nivel național pentru abordarea atentă și personalizată a fiecărui client și proiect. Ne-am dezvoltat organic, dar cu o viziune clară: să transformăm fiecare călătorie într-o experiență memorabilă.

Ce reprezintă WENS Travel în peisajul industriei turistice din Cluj și din Transilvania?

WENS Travel este unul dintre actorii de referință ai industriei turistice din Cluj, din Transilvania și din România, recunoscut pentru stabilitate, profesionalism și servicii de calitate superioară. De la început, ne-am concentrat pe construirea unor relații autentice cu clienții noștri – fie că vorbim de persoane fizice, fie de companii – oferind soluții de călătorie adaptate, atât pentru segmentul de leisure, cât și pentru cel de business. Ne diferențiem prin atenția la detalii, consultanța personalizată și capacitatea de a anticipa tendințele din piață.

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

În turism, încrederea este absolut esențială. Clienții nu ne încredințează doar bugetul lor, ci și timpul liber, emoțiile și uneori cele mai prețioase momente din viață. Tocmai de aceea, un manager trebuie să transmită siguranță, profesionalism și să fie mereu cu un pas înaintea așteptărilor. Credibilitatea se câștigă prin consecvență și transparență, iar notorietatea, prin rezultate remarcabile și implicare constantă. Într-un domeniu atât de competitiv, aceste calități nu sunt doar avantaje, ci piloni de susținere ai unui brand de încredere.

Cum au evoluat cerințele clienților și complexitatea cererilor turiștilor, în ultimii ani?



În prezent, WENS Travel are 26 de angajați

În ultimii ani, cerințele turiștilor s-au diversificat considerabil. Aceștia sunt mai informați, mai selectivi și își doresc experiențe autentice, personalizate, care merg dincolo de simpla destinație turistică. Cererile sunt tot mai complexe și includ elemente de nișă, cum ar fi activități culturale, gastronomice sau ecoturism. În plus, sunt tot mai atenți la sustenabilitate și siguranța călătoriilor. Astfel, agențiile trebuie să răspundă rapid acestor schimbări, oferind nu doar pachete, ci consultanță reală și devenind parteneri de încredere în crearea unor experiențe memorabile.

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

Generațiile tinere caută experiențe interactive, destinații instagramabile și oferte dinamice. Noi le propunem călătorii personalizate, city break-uri accesibile și pachete de aventură. Platformele digitale și comunicarea directă pe social media sunt esențiale pentru a ajunge la ei. De asemenea, dezvoltăm oferte care răspund tendințelor actuale și promovăm România într-un mod diferit, cu rute mai puțin cunoscute, experiențe locale și opțiuni de turism sustenabil, pentru a le oferi tinerilor oportunități unice de explorare.

Care sunt țările preferate de clujeni pentru vacanțe și city break-uri?

Destinațiile preferate ale clienților noștri variază în funcție de sezon și de tendințele internaționale. Pentru city break-uri, orașe precum Roma, Veneția, Barcelona, Praga sau Bruges rămân în topul alegerilor. Pentru vacanțe mai lungi, în ultimii ani, a crescut interesul pentru destinații exotice precum Norvegia, Japonia, Thailanda, Vietnam, Cambodgia, Africa de Sud și Kenya.

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

Cu siguranță, da. Dezvoltarea turismului urban depinde în mare măsură de infrastructură, organizarea de evenimente culturale și o promovare eficientă. Orașele mari din România au un potențial enorm, iar investițiile în festivaluri, expoziții și inițiative care pun în valoare identitatea locală sunt esențiale. Modelele de succes ale Clujului și Sibiului pot fi replicate în orașe ca Brașov, Constanța sau Craiova, cu o strategie adaptată la specificul fiecărui loc. Evenimentele culturale de calitate pot transforma complet un oraș și pot



Mihaela Călușer, fondatoarea agenției de turism WENS Travel din Cluj-Napoca, și-a transformat pasiunea pentru călătorii într-o afacere de succes. Absolventă a Facultății de Electrotehnică din Cluj-Napoca, Mihaela și-a început cariera ca asistent universitar, apoi a lucrat timp de doi ani într-o agenție de turism. În 1997, cu o investiție inițială de 2.200 de dolari, a închiriat un spațiu în centrul orașului, dotat doar cu un birou, un calculator și un telefon fix. În prezent, agenția are 26 de

angajați, venituri de peste 10 milioane de euro și un portofoliu impresionant: peste 195.000 de itinerarii, 11.500 de călătorii de afaceri și 29.000 de clienți mulțumiți, fiind recunoscută pentru abordarea personalizată a fiecărui client și crearea de experiențe de călătorie memorabile.

contribui la construirea unui brand turistic solid. În acest sens, este nevoie de viziune, parteneriate public-private și implicarea comunităților locale, iar autoritățile trebuie să sprijine aceste inițiative prin infrastructură și comunicare coerentă.

Ce potențial d creștere au segmentele de incoming și business travel, în România?

România are un potențial foarte mare de dezvoltare în turismul de incoming și de business travel. În momentul de față, segmentul de incoming este încă subexploatat. Există multe lacune în comunicarea noastră ca brand de țară, iar turismul de incoming este limitat de incapacitatea noastră de a vinde ceea ce este bun și autentic în România. În ceea ce privește segmentul de business travel, orașele mari din România, cum sunt Cluj-Napoca, București, Iași sau Timișoara, au avut o creștere constantă, datorită dezvoltării sectorului IT și atragerii de investiții externe. Turismul de incoming poate fi dezvoltat printr-o promovare eficientă a patrimoniului cultural și natural al țării – pentru că avem toate ingredientele necesare: peisaje spectaculoase, tradiții autentice, o gastronomie delicioasă și prețuri competitive – precum și prin investiții în infrastructură. Sectorul de business travel este într-o continuă expansiune datorită creșterii economice, numărului tot mai mare de conferințe și

evenimente corporate, precum și a investițiilor internaționale care aleg România drept destinație de afaceri. La WENS Travel, investim deja în aceste direcții.

Ce credeți că ar trebui să facă autoritățile publice locale și centrale pentru a atrage mai mulți turiști străini în țara noastră? Ce putem învăța de la Ungaria, Cehia sau alte state în această privință?

Pentru a deveni o destinație turistică de top, promovarea României trebuie să fie coerentă și susținută pe termen lung, cu o strategie bine definită. Țări precum Cehia și Ungaria au demonstrat succesul unui branding clar și al parteneriatelor internaționale, participând constant la târguri de turism. România trebuie să-și valorifice mai bine identitatea, să investească în infrastructură de calitate și să dezvolte centre regionale de promovare turistică. Implicarea sectorului privat în elaborarea deciziilor strategice este, de asemenea, esențială pentru succesul acestor inițiative.

Cât de greu este pentru o agenție de turism să aducă turiști în România, comparativ cu procesul de vânzare a ofertelor internaționale pentru turiștii români?

A aduce turiști în România presupune mai mult efort și timp decât vânzarea ofertelor internaționale. În lipsa unei promovări

externe constante și a unor rețele de parteneri străini bine dezvoltate, agențiile trebuie să construiască totul de la zero. Cu toate acestea, experiențele locale bine gândite, ospitalitatea românească și autenticitatea atrag din ce în ce mai mulți turiști străini. Este un segment în creștere, dar care are nevoie de susținere din partea autorităților și de investiții.

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

Turismul românesc ar trebui să se concentreze pe autenticitate, sustenabilitate și digitalizare. Printre pilonii esențiali se numără: patrimoniul cultural – promovarea istoriei și tradițiilor locale; turismul de natură – valorificarea eficientă a Carpaților, Deltei Dunării și litoralului; gastronomia – evidențierea bucătăriei locale ca element distinctiv; digitalizarea – integrarea tehnologiilor moderne pentru rezervări și experiențe personalizate; evenimente și festivaluri – care atrag turiști și contribuie la crearea unei identități turistice. Avem un patrimoniu cultural și natural excepțional, dar încă insuficient valorificat, și ar trebui să dezvoltăm turismul rural, ecologic, gastronomic și balnear. În plus, profesionalizarea forței de muncă și digitalizarea serviciilor vor face diferența într-o piață globală tot mai competitivă.



WENS Travel

Str. Clinicilor, nr. 39, Cluj-Napoca

Tel: 0264.590.748

E-mail: travel@wens.ro

Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv vor organiza joi, 12 iunie 2025, evenimentul cu tema Criminalitatea cibernetică în perioada digitalizării economiei și în vreme de război, ediția a IV-a

clubantreprenor.ro și **ZIARUL POZITIV**
organizează
CRIMINALITATEA CIBERNETICĂ
ÎN PERIOADA DIGITALIZĂRII ECONOMIEI ȘI ÎN VREME DE RĂZBOI
Ediția a IV-a
JOI, 12 Iunie 2025
Aula Carol I, Etajul 2, Palatul Camerei de Comerț și Industrie București
Str. Ion Ghica, Nr. 4, Sector 3, București

Parteneri

- CCIB**
CAMERA DE COMERȚ ȘI INDUSTRIE
A MUNICIPIULUI BUCUREȘTI
- ANSSI**
Asociația Națională
a Serviciilor de Securitate Informatică
- globalprint**
...it's all about timing
- dp**
asociația română a băncilor
- SIMAVI**
Software Imagination & Vision

AGENDA:

09,00 – 09,30: Înregistrare participanți

09,30 – 12,30: Prezentări și dezbateri

12,30 – 13,30: Lunch și discuții informale

Diplomația comercială deschide noi oportunități pentru afacerile românești

Interviu cu **Gabriel Răsvan Toader**, Președinte Prezidențial Club ABC

Gabriel Răsvan Toader, președintele Prezidențial Club ABC și al Fundației pentru o Românie Modernă, joacă un rol esențial în promovarea relațiilor internaționale și a diplomației comerciale pentru România. El ocupă funcțiile de consilier al președintelui SIMAVI și de consilier afaceri externe la Proger Global Network, fiind recunoscut ca un lider important în domeniul afacerilor externe și al dezvoltării strategice.

Pe 29 mai 2025, Prezidențial Club ABC și Fundația pentru o Românie Modernă marchează 27 de ani de activitate. Ce semnificație are acest parcurs pentru dumneavoastră și cum vedeți impactul pe care aceste două organizații îl au în mediul economic și social din România?

Sărbătorim 27 de ani de muncă susținută, de inițiative curajoase și de parteneriate construite cu viziune, pe 29 mai, la Palatul

Camerei de Comerț și Industrie București. Pentru mine, această aniversare este o reconfirmare a faptului că direcția aleasă a fost una corectă: dezvoltarea unui mediu economic românesc care să aibă la bază valori solide, deschidere internațională și o relație strânsă cu oamenii care îl construiesc zi de zi. Prezidențial Club ABC a devenit, în timp, un punct de întâlnire între antreprenori, lideri de opinie și parteneri internaționali. Am reușit să conectăm peste 450 de companii din 21 de țări, să facilităm

schimburi de idei, proiecte și oportunități, și să aducem România mai aproape de dinamica economică globală. A fost un demers constant de diplomație comercială, dar și de consolidare a încrederii între oameni care împărtășesc aceeași dorință de a construi. Totodată, Fundația pentru o Românie Modernă (FPRM) s-a afirmat ca un reper în dezvoltarea civică, oferind stabilitate și direcție inițiativelor sociale. De 27 de ani, FPRM stimulează implicarea cetățenilor și susține educația ca fundament al unei Românii moderne. Această dublă direcție – economică și civică – este, cred eu, cheia sustenabilității. Nu putem vorbi despre progres fără o societate implicată și un mediu economic responsabil. Pe 29 mai, la Palatul Camerei de Comerț și Industrie București, nu sărbătorim doar un istoric, ci reafirmăm un angajament: acela de a rămâne o sursă de dialog, de inițiativă și de încredere. Suntem conștienți că provocările vor continua – de la instabilități geopolitice la transformări digitale accelerate – dar credem cu tărie că prin colaborare autentică și o viziune clară, putem construi în continuare o Românie conectată, echilibrată și demnă de potențialul său.

Care sunt direcțiile strategice și inițiativele prin care vă propuneți să accelerați dezvoltarea Prezidențial Club ABC?

Este important de menționat că, recent, am deschis o filială a Prezidențial Club ABC la Cluj, sub conducerea lui Paul Pantea,





reunind 20 de companii într-o comunitate de afaceri solidă și dinamică. În Emiratele Arabe Unite, suntem în plin proces de creare a unui hub de distribuție dedicat produselor și serviciilor românești, oferind acces pe piața internațională brandurilor autohtone precum apa Borsec, făina Dobrogea, a produselor apicole și a soluțiilor IT inovatoare. Pe lângă extinderea geografică, ne consolidăm parteneriatele cu organizații precum Club Antreprenor, Ziarul Pozitiv, Fundația European Business Leaders și firma de resurse umane Rathson ABC. Cele mai recente evenimente desfășurate la București, alături de partenerii strategici, includ cea de-a V-a ediție a conferinței „Cum reducem fenomenul contrafacțiilor?”, din 13 mai, eveniment dedicat soluțiilor pentru combaterea acestui fenomen, și „Forumul antreprenorilor din construcții și imobiliare” din 15 mai, care oferă un cadru de dezbateri privind provocările și



oportunitățile din sector. Aceste inițiative reflectă angajamentul constant pentru un mediu de afaceri transparent și competitiv. De asemenea, în aceeași zi cu aniversarea noastră, Palatul Camerei de Comerț și Industrie București va găzdui lansarea platformei wikidoc.ro, menită să ofere clarificări legislative privind relația angajator-angajat. Ne extindem cu determinare și contribuim activ la dezvoltarea mediului antreprenorial românesc, atât pe plan național, cât și internațional.

Ați fost recent distins cu un premiu de excelență oferit de Prime Group, în cadrul unui eveniment de elită desfășurat la Dubai. Ce semnificație are pentru dumneavoastră acest premiu internațional?

Acest premiu nu este doar o recunoaștere personală, ci o confirmare a direcției solide

pe care am construit-o pas cu pas, alături de echipă și parteneri. Este o validare a valorilor care ne ghidează: colaborare autentică, încredere reciprocă și o viziune economică sustenabilă, pe termen lung. În același timp, Prezidențial Club ABC a primit un certificat de apreciere pentru contribuția sa esențială la consolidarea parteneriatului strategic cu Prime Group și pentru sprijinul oferit în mod constant. Această distincție reflectă rolul unei echipe de profesioniști dedicați, pe care am onoarea și bucuria să o reprezentăm.

Cum influențează acest premiu relația cu partenerii internaționali pe care îi aveți?

Colaborarea dintre Prezidențial Club ABC și partenerii săi se bazează pe o viziune comună: omul este în centrul tuturor deciziilor. Nu este doar un parteneriat





aceste conexiuni. Direcția a fost consolidată și prin alte întâlniri importante, precum cea din 10 mai 2025, când o delegație a clubului a fost invitată la Sofia, la evenimentul „Micul dejun cu rugăciune”, dedicat mediului de afaceri din țările balcanice – o ocazie valoroasă de dialog, reflecție și consolidare a relațiilor internaționale. De asemenea, tot recent a avut loc și o întâlnire oficială între reprezentanți guvernamentali din Bulgaria și membri ai Prezidențial Club ABC, având ca temă dezvoltarea unei platforme de e-learning menite să sprijine oamenii de afaceri din cele două țări vecine.

Cum contribuie concret Prezidențial Club ABC la dezvoltarea IMM-urilor românești?

Într-un peisaj economic tot mai dinamic și plin de provocări, antreprenorii mici și mijlocii din România se confruntă adesea cu dificultăți legate de accesul la finanțare, construirea de parteneriate durabile și pătrunderea pe piețe internaționale. În acest context, Prezidențial Club ABC evoluează dincolo de rolul unei rețele de networking, afirmându-se ca o comunitate dinamică, dedicată sprijinirii și valorificării inițiativelor românești. Clubul oferă sprijin real și concret antreprenorilor: de la acces la conexiuni valoroase, atât în țară, cât și în afara ei, până la mentorat personalizat, consultanță strategică, susținere în negocierea parteneriatelor și oportunități de extindere pe piețe externe. Antreprenorii care aleg să facă parte din Prezidențial Club ABC găsesc aici nu doar oportunități de creștere profesională, ci și o comunitate în care pasiunea pentru afaceri este înțeleasă, susținută și valorificată.



comercial, ci un angajament pentru un viitor economic construit pe etică, transparență și respect reciproc. Prezidențial Club ABC este locul unde companiile și valorile se întâlnesc, iar dialogul și acțiunea sunt prioritare. Inițiativele de business sunt gândite responsabil, punând accentul pe sustenabilitate și impact social, nu doar pe profit. Într-un mediu economic unde competitivitatea și eficiența sunt esențiale, clubul susține un model de leadership bazat pe viziune și puterea comunităților. Cred că atunci când preocuparea pentru oameni este sinceră, chiar și cele mai grele decizii capătă sens. În fiecare parteneriat, urmăresc excelența, dar nu uit niciodată de omul din spatele colaborării — cel care pune suflet, care construiește alături de tine. Până la urmă, afacerile nu sunt doar despre cifre, ci mai ales despre încredere, respect și relații durabile.

Cum se reflectă extinderea colaborărilor internaționale asupra activității dumneavoastră, dincolo de parteneriatele dezvoltate în Emiratele Arabe Unite, inclusiv în Bulgaria? Anul acesta ați fost invitat la Forumul de Afaceri de la Burgas — ce semnificație are acest eveniment în cadrul strategiei dumneavoastră internaționale?

Participarea la Forumul de Afaceri de la Burgas a fost o experiență valoroasă, nu doar pentru mine, ci și pentru comunitatea de lideri pe care o reprezint. Am participat

în spiritul unei inițiative menite să sprijine schimbul de idei și formarea unor parteneriate durabile între România și Bulgaria. Acest tip de eveniment consolidează direcția noastră strategică de extindere regională, bazată pe încredere, viziune pe termen lung și deschidere către oportunități transfrontaliere.

În ce mod contribuie aceste relații bilaterale la dezvoltarea unor noi proiecte între antreprenorii din cele două țări?

Prezidențial Club ABC este un element-cheie care sprijină dezvoltarea de colaborări concrete și proiecte comune. Colaborarea solidă dintre România și Bulgaria a fost reafirmată în cadrul evenimentului „ABC Club & European Business Leaders Gala”, organizat de Prezidențial Club ABC și de Fundația European Business Leaders, în decembrie 2024, la București. În cadrul evenimentului, domnul Ivaylo Marinov, consilierul comercial al Ambasadei Bulgariei la București, a fost distins cu un premiu în semn de apreciere pentru eforturile sale în consolidarea relațiilor economice dintre România și Bulgaria. Această colaborare depășește cadrul formal al diplomației, transformându-se într-o relație sinceră, susținută prin forumuri de afaceri, proiecte și inițiative comune. Într-un context în care stabilitatea și cooperarea sunt mai importante ca oricând, evenimente precum cel de la Burgas arată cât de mult contează

Muncitorii calificați revin în forță pe piața muncii - 580.000 de aplicări în ultima lună

Muncitorii calificați, una dintre cele mai căutate și greu de recrutat categorii de candidați din ultimii ani, au înregistrat aproape 580.000 de aplicări în ultima lună, nivel care îi plasează pe cea de-a doua poziție în topul celor mai activi candidați din piață. Doar absolvenții au reușit să-i depășească de la începutul lunii aprilie și până acum, din punctul de vedere al aplicărilor, în timp ce muncitorii necalificați au fost cei care au aplicat cel mai puțin.

„Pentru angajatori, aceasta este o schimbare pe care o așteptau. Piața este cu ochii pe ei pentru că există de ani buni un deficit de muncitori calificați, mai ales în condițiile în care au competiție serioasă și din partea angajatorilor din străinătate, care, de asemenea, se luptă pentru atragerea acestor candidați. În plus, sistemul de învățământ dual și cel profesional nu acoperă nevoile reale ale angajatorilor din România, iar bazinul critic de candidați eligibili pentru pozițiile pe care le au deschise se restrânge de la an la an”, a declarat **Roxana Drăghici**, Head of Sales în cadrul eJobs, cea mai mare platformă de recrutare online din România.

Cei mai mulți dintre muncitorii calificați care s-au aflat în căutarea unui job în ultima lună au aplicat pentru joburile din retail, call-center / BPO, servicii, turism, industria alimentară și transport / logistică. „Vorbim în special despre candidați care se află în zona entry level, respectiv cu maximum 2 ani de experiență, dar și despre muncitori calificați care au lucrat anterior și care au un nivel de experiență cuprins între 2 și 5 ani. Peste 100.000 de aplicări au venit inclusiv din partea celor care nu au deloc experiență”, detaliază **Roxana Drăghici**. Distribuția pe vârstă a muncitorilor calificați care aplică cel mai mult arată astfel: peste 218.000 de aplicări vin din segmentul de vârstă 25 – 35 de ani, 167.000 de aplicări



Roxana Drăghici, Head of Sales în cadrul eJobs

din zona 18 – 24 de ani, 114.000 – 36 – 45 de ani și aproape 66.000 de la cei care au mai mult de 45 de ani.

Totodată, cele mai multe aplicări au mers către angajatorii din București, urmați de cei din Cluj-Napoca, Timișoara, Brașov, Iași și Constanța. 13,3% dintre aplicări, mai exact, 78.000, au vizat joburile remote din platformă, iar alte 9.100 de aplicări au mers înspre pozițiile deschise de angajatorii din străinătate. „Deși îi vedem din ce în ce mai activi din punctul de vedere al aplicărilor, ne așteptam să vedem un procent al aplicărilor pentru străinătate peste media generală a tuturor candidaților. Se pare însă că tendința de a amâna decizia de a lucra peste hotare se menține nu doar în cazul tinerilor și specialiștilor, ci și în cazul celor

care, în anii trecuți, erau foarte atrași de ideea de a lucra în afara țării”, mai spune **Roxana Drăghici**.

Inclusiv în ceea ce privește joburile postate în ultima lună, mai mult de jumătate s-au adresat muncitorilor calificați, cele mai multe în domenii precum retail, servicii, industria alimentară, turism, call center / BPO, transport – logistică și producție. Salariile oferite de angajatori pentru pozițiile de muncitor calificat pornesc de la 3.500 de lei și pot ajunge sau chiar depăși 7.000 de lei, în funcție de specializarea cerută sau de nivelul de experiență a candidaților.

În acest moment, pe eJobs.ro sunt disponibile 15.000 de locuri de muncă pentru muncitorii calificați.

Doar cei care știu să se transforme rămân cu adevărat puternici

Interviu cu doamna **Cosmina Mărcuș-Simina**,
Fondator, SOF PRODUCTION STĂNIJA

Sunteți absolventă a Facultății de Business din cadrul Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca. Cât de mult au contat aceste studii în evoluția spiritului antreprenorial pe care-l aveți acum?

Studiile de la Facultatea de Business din cadrul Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca nu au contat deloc în evoluția mea profesională. Încă din timpul facultății am observat că se pune foarte mult accent pe teorie și foarte puțin pe practică. Programul era vag și lipsit de focus, fără o direcție clară sau o pregătire reală, nici măcar la un

nivel incipient, pentru ceea ce înseamnă activitatea din câmpul muncii. A fost o alegere de moment, părea ceva mai interesant la vremea respectivă, dar nu a avut nicio legătură cu experiențele și abilitățile pe care le-am dobândit ulterior, direct prin practică.

În ce context ați demarat afacerea SOF PRODUCTION STĂNIJA - o fabrică de îmbrăcare volane în piele și pre-asamblări alte componente auto

Am identificat o nișă pe piața auto în 2013, observând că procesul de îmbrăcare în piele

pentru volane și alte componente auto este unul complex și manual, necesitând o atenție deosebită pentru calitate. Am început activitatea în orașul Brad, lucrând pentru mari companii producătoare de sisteme de siguranță auto. Doi ani mai târziu, ne-am extins în orașul Abrud, ajungând la un număr de 487 de angajați și dezvoltându-ne pe mai multe proiecte. Am devenit un partener de încredere, recunoscut pentru flexibilitate, eficiență și capacitatea de a ne adapta rapid la schimbările din piața auto. În perioada pandemiei, am centralizat toate proiectele în fabrica din Abrud, iar recent am redeschis în zona Bradului o unitate de producție pentru șei de bicicletă, în parteneriat cu un client internațional.

Astăzi, SOF reprezintă un grup de firme care include și o fabrică de îmbuteliere a apei de izvor în localitatea Stănița, județul Hunedoara. Am crescut pentru că am înțeles că adaptarea este singura constantă. Ne-am reinventat de fiecare dată când a fost nevoie, fără teama de schimbare. Într-o lume în continuă mișcare, cred cu tărie că doar cei care știu să se transforme rămân cu adevărat puternici.

Care sunt produsele care v-au consacrat? Pentru ce companii auto furnizați componente?

Produsele care ne-au consacrat provin din trei domenii esențiale: auto, șei de bicicletă și îmbutelierea apei.

În industria auto, ne-am specializat în producția de tip lohn, fiind responsabili de cele mai delicate și complexe etape ale procesului: design final, pre-asamblare, inspecții calitative, sortare și pre-coasere. Suntem cei care aduc precizia și măiestria manuală într-un sector dominat de automatizare.



Pe segmentul șeilor de bicicletă, suntem parteneri ai SELLE Italia, o companie cu peste 120 de ani de tradiție pe piața internațională. Această colaborare se bazează pe încredere și excelență, iar împreună contribuim la produse care inspiră performanță și confort cicliștilor din întreaga lume.

Iar pe partea de îmbuteliere a apei, povestea noastră are o aură legendară. În localitatea Stănița, deținem un izvor cu totul special, din care izvorăște Aqua SOF — o apă pură și exclusivistă, destinată pieței internaționale. Nu este doar o apă, ci o esență rară, rezervată celor care știu să aprecieze autenticitatea și noblețea naturii.

Ce strategii aveți pentru a dezvolta fabricile din Brad și Abrud?

Strategia noastră pentru dezvoltarea fabricilor din Brad și Abrud se bazează pe adaptabilitate și pe puterea unei echipe bine sudate. Într-o economie globală marcată de incertitudini și fluctuații constante, mai ales la nivel european, nu putem miza pe strategii fixe. Totul se schimbă rapid, iar capacitatea de a ne adapta devine esențială.

Ne concentrăm pe proiecte pe termen lung, unde seriozitatea și performanța sunt fundamentale. Dar succesul real vine din forța echipei noastre. Cred cu tărie în oameni — în capacitatea lor de a lucra împreună pentru un scop comun. Proiectele noastre implică echipe mari, bine coordonate, care înțeleg importanța fiecărui detaliu și lucrează cu profesionalism. Pentru mine, o echipă unită este mai mult decât un grup de oameni care își fac treaba — este o comunitate care împărtășește valori comune, încredere și respect. Aceasta este adevărata noastră strategie: să construim o echipă puternică, capabilă să se adapteze și să facă față oricărei provocări, indiferent de schimbările economice.

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

Într-o lume în care provocările se succed rapid, am învățat că succesul nu vine din evitarea schimbării, ci din îmbrățișarea ei cu curaj și claritate. Am renunțat la planuri



rigide și ne-am reinventat visurile.

Viziunea noastră este clară: în următorii cinci ani, ne propunem să devenim lideri în producția de șei de bicicletă din România, consolidându-ne poziția într-o industrie în plină dezvoltare.

În paralel, continuăm să fim un partener de încredere pentru clienții noștri din sectorul auto. Am învățat să anticipăm nevoile acestora, oferind soluții inovatoare și adaptate cerințelor pieței.

Această abordare ne-a asigurat continuitatea și ne-a consolidat poziția printre puținele fabrici de acest gen din România. Seriozitatea și angajamentul nostru față de clienți ne-au permis să traversăm momente critice fără a renunța, demonstrând că suntem un partener de încredere, mereu atent la nevoile pieței. Privim înainte cu încredere, hotărâți să transformăm provocările în oportunități și să construim un viitor durabil pentru compania noastră și pentru partenerii noștri.

Pe segmentul de îmbuteliere a apei, Aqua SOF reprezintă mai mult decât un simplu produs — este esența purității, capturată

din izvorul legendar din Stănița și destinată unei piețe exclusiviste. Apa la nivel global devine o resursă tot mai valoroasă, știm că acest proiect va continua să crească în relevanță. Nu oferim doar apă, ci o experiență rară, un elixir pentru cei care știu să prețuiască autenticitatea.

Ne dorim să rămânem fideli valorilor care ne-au adus până aici: adaptabilitate, seriozitate și pasiune pentru tot ceea ce facem. Credem în puterea echipei noastre și în forța de a construi pe termen lung, indiferent de provocările care vor apărea. Fiecare obstacol este o lecție, fiecare reușită, un pas înainte. Vom continua să creștem, să inovăm și să lăsăm o amprentă pozitivă asupra oamenilor și comunităților pe care le deservim.



Plasmaserv Metal Connection, investiții de peste 1,5 milioane euro în 20 de ani

Plasmaserv Metal Connection, companie românească de top în furnizarea de echipamente și soluții complete pentru sudare și debitare, marchează 20 de ani de activitate printr-o investiție într-un centru de testare deschis clienților interesați de performanța echipamentelor importate și distribuite de companie, unic în peisajul industriei de profil din România. Technology Center Plasmaserv, inaugurat astăzi în prezența celor mai importanți clienți și parteneri ai companiei, este o investiție ce depășește 500.000 de euro și marchează intrarea Plasmaserv într-o nouă etapă de dezvoltare. Cu o cifră de afaceri de 6 milioane euro în 2024, investiții consolidate de peste 1,5 milioane euro și peste 1.500 de clienți activi din domenii strategice, compania își reconfirmă astfel poziția în top 3 furnizori naționali de soluții tehnologice pentru prelucrarea metalului. Pentru acest an, **Plasmaserv Metal Connection** estimează venituri în creștere cu 30%, până la 7,8 milioane de euro, susținute de consolidarea parteneriatelor strategice cu lideri precum DNE Laser și investiții în automatizare și digitalizare.

1 MILION DE EURO, CEL MAI SCUMP ECHIPAMENT LIVRAT DE PLASMASERV ÎN ROMÂNIA

Fondată în 2005, la Târgu Mureș, de Tiberiu Vladimir Vărzar și Csongor Andras Csegedi, Plasmaserv Metal Connection a fost un pionier în introducerea pe piața din România a tehnologiilor moderne de tăiere cu plasmă, evoluând ulterior într-un integrator complet de soluții de sudare și debitare. Colaborările strategice cu lideri globali în domeniu precum Hypertherm, Kemppi, Eckert, HBS, Gullco sau HGG Profiling au fost motorul dezvoltării companiei. În prezent, Plasmaserv Metal Connection are colaborări stabile și de



Tiberiu Vladimir Vărzar, cofondator Plasmaserv Metal Connection

durată cu producători din industriei precum cea navală, construcții metalice, infrastructură rutieră și feroviară sau producție de utilaje.

„Cele două direcții de business - sudarea și tăierea - au fost construite plecând de la nevoile pieței, iar maturizarea noastră ca organizație și jucător în piața românească s-a produs în paralel cu evoluția celor două. Dacă la început echipamentele și tehnologia pentru tăiere acopereau peste 85% din activitate, în prezent, ambele direcții sunt

echilibrate strategic, din perspectiva ofertei noastre și a adaptării ei la cerințele pieței. În 2024, am atins o cifră de afaceri de 6 milioane euro, în creștere față de anii anteriori, iar investițiile de peste 1,5 milioane euro în dezvoltarea operațiunilor ne-au consolidat infrastructura și capacitatea de livrare. Piața din România a devenit tot mai receptivă la tehnologii performante, iar noi am fost mereu conectați la tendințele globale, partenerii noștri fiind lideri în inovație. Investim constant în expertiza

echipei noastre tocmai pentru a livra nu doar produse, ci soluții adaptate în timp real cerințelor clienților”, a declarat **Tiberiu Vladimir Vărzar, cofondator Plasmaserv Metal Connection**.

În luna aprilie a acestui an, o companie din Câmpina urmează să instaleze și să folosească cel mai scump echipament livrat până acum de Plasmaserv în piața românească – o soluție CNC de ultimă generație. *”Acest echipament are o valoare de peste 1 milion de euro și reprezintă un reper important în istoria Plasmaserv Metal Connection, atât din perspectiva complexității tehnice, cât și a încrederii acordate de partenerul nostru. De asemenea, livrarea confirmă o dată în plus capacitatea companiei noastre de a gestiona proiecte de anvergură și de a furniza soluții tehnologice de top, adaptate cerințelor celor mai exigente industrii din România”*, a adăugat cofondatorul Plasmaserv Metal Connection.

TECHNOLOGY CENTER PLASMASERV – UN ART CAFE TEHNOLOGIC

Aflat în inima Transilvaniei, în apropiere de Târgu Mureș, Technology Center Plasmaserv oferă clienților un spațiu în care pot evalua în detaliu performanțele echipamentelor, pot analiza beneficiile și avantajele tehnologice ale fiecărei soluții și pot testa echipamentele în condiții reale de lucru. *„Investiția de peste 500.000 de euro în Technology Center Plasmaserv reprezintă unul dintre pilonii centrali ai strategiei companiei pentru următorii ani, este mai mult decât un spațiu de testare a echipamentelor sau un showroom. Este un ART CAFE tehnologic, un spațiu unde vorbele se transformă în realitate și unde tehnologia se întâlnește cu nevoile concrete ale industriei. Prin acest centru, ne asumăm deopotrivă un rol experiențial, educațional și consultativ în relația cu clienții – un diferențiator esențial pe o piață tot mai competitivă”*, a subliniat **Adrian Sălăjan, CEO Plasmaserv Metal Connection**.

Centrul de testare este un pas important către o abordare consultativă și aplicată în care deciziile se bazează pe experiență directă și rezultate măsurabile, dar și locul în care clienții pot înțelege practic cum pot integra eficient aceste tehnologii în propriile procese de producție.



Adrian Sălăjan, CEO Plasmaserv Metal Connection

DE LA CÂTEVA ECHIPAMENTE LA MII DE SOLUȚII LIVRATE ÎN 20 DE ANI

Pe o piață în care inovația avansa, în trecut, într-un ritm lent, Plasmaserv a contribuit decisiv la modernizarea industriei de prelucrare a metalelor din România, accelerând tranziția către soluții automatizate, eficiente energetic și integrate digital. Dacă în 2005, de exemplu, existau doar câteva mașini CNC în întreaga țară, astăzi, mii de echipamente moderne, furnizate de Plasmaserv, contribuie la producție în toate marile industrii. Compania, care livrează anual pe piața locală peste 650 de echipamente și soluții tehnologice, a fost parte din proiecte de anvergură precum construcția podului suspendat de la Brăila („Romanian Golden Gate”), unde echipamentele livrate au fost esențiale în procesul de fabricație a structurii metalice.

DIGITALIZARE ȘI PROACTIVITATE ÎN RELAȚIA CU CLIENȚII, ÎN PLANUL VIITOR

Perspectivile pentru următorii 5–10 ani includ creșterea sustenabilă, integrarea tehnologiei în toate procesele pentru a crește agilitatea și eficiența operațională și în profunzime a proceselor interne și dezvoltarea continuă a competențelor echipei pentru a rămâne relevanți, conectați la inovație și capabili să oferim soluții adaptate pieței în timp real. *„Ne propunem să consolidăm expertiza tehnică a Plasmaserv astfel încât să răspundem prompt și profesionist la noile provocări tehnologice pe care le anticipăm, să identificăm și dezvoltăm parteneriate internaționale cu producători care împărtășesc viziunea noastră asupra inovației, sustenabilității și performanței industriale, să continuăm să oferim soluții complete și integrate, adaptate nevoilor*



clienților, dar și pregătite pentru cerințele viitoare”, a evidențiat Csongor Andras Csegedi, cofondator Plasmaserv Metal Connection

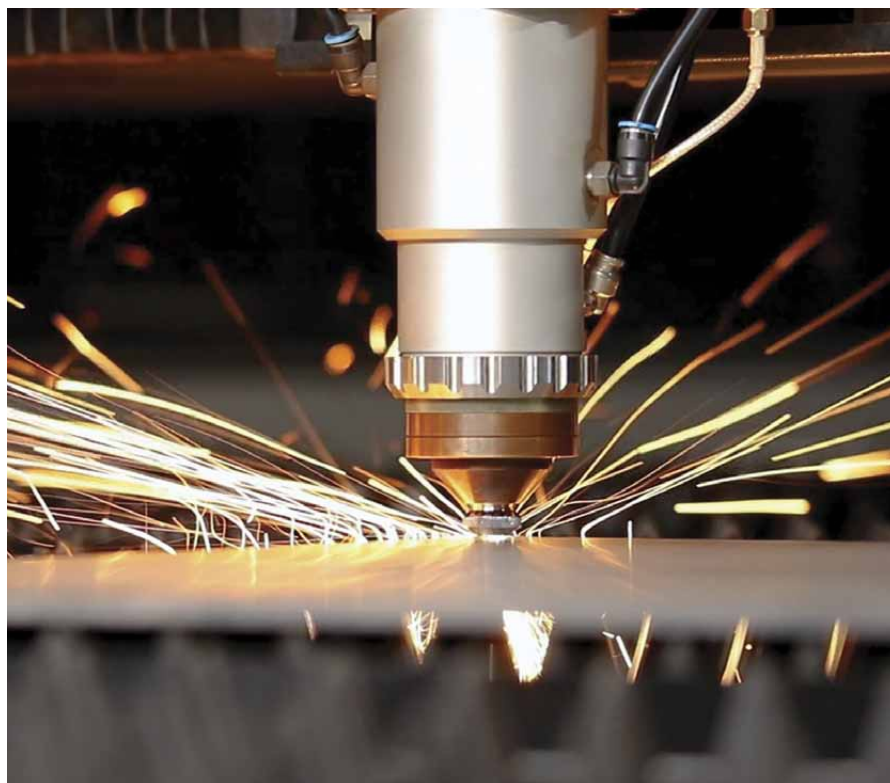
Strategia Plasmaserv se aliniază astfel cu cerințele emergente ale industriei: lipsa forței de muncă specializate, nevoia de eficiență energetică, cererea pentru tehnologii de precizie și digitalizare a proceselor. Lansarea Technology Center este doar primul pas dintr-un plan amplu care vizează extinderea capacității de testare, crearea unui program recurent de evenimente tehnice și dezvoltarea de parteneriate educaționale. Plasmaserv Metal Connection aduce împreună Oamenii, Metalul și Tehnologia oferind soluții pentru a crește performanța specialiștilor în sudare și debitare, din respect pentru oameni, afaceri și mediu înconjurător – cu profesionalism, pasiune și viziune.

DESPRE PLASMASERV METAL CONNECTION:

Plasmaserv Metal Connection este o companie antreprenorială românească, fondată în 2005 de Tiberiu Vladimir Vârzar și Csongor Andras Csegedi, cu scopul de a acoperi cererea de servicii de sudare și debitare în sectoare economice strategice precum construcția de drumuri și căi ferate, șantiere industriale, navale și maritime, construcții metalice, recuperare și reciclare

deșeuri metalice, sisteme și instalații de irigații, instalații și echipamente energetice, petrochimice, minerit etc. Produsele și serviciile oferite includ aparate de tăiere cu plasmă, aparate de sudură, soluții software și automatizări, mașini CNC debitare plasmă, oxigaz, jet de apă, laser, aparate pentru sudare bolțuri, aparate curățare inox sudat, pistolete sudură, consumabile, piese de schimb, accesorii. În anul 2023,

Plasmaserv a intrat într-un proces de re poziționare cu ajutorul unei noi strategii de marketing create de Brandocracy, pentru redefinirea obiectivelor de dezvoltare, devenind Plasmaserv Metal Connection și câpătând și o nouă identitate vizuală. Strategia creată de Brandocracy a ajutat Plasmaserv, atât în procesul de re poziționare a brandului, cât și în comunicare.



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.

Raport ING Bank: În următorul deceniu, România ar putea intra în competiție cu țări precum Austria și Suedia pentru top 10 economii din Uniunea Europeană



Valentin Tătaru, economist-șef al ING Bank România

cu venitul lor, comparativ cu cetățenii altor țări). Astfel, de la aproximativ 55% din media Uniunii Europene în 2013, România a urcat deja la aproape 80% în prezent.

„Până în 2035, ne așteptăm la o economie robustă, matură și diversificată, cu un echilibru mai bun între cererea internă și oferta locală. Sectoare precum IT, construcții și auto pot deveni coloana vertebrală a economiei, alături de industrii încă emergente în prezent, precum energia regenerabilă. Modernizarea infrastructurii fizice și digitale, alimentată de fondurile europene, va reduce decalajele de dezvoltare regională. În ansamblu, până în 2035, avem șanse reale de a atinge niveluri fără precedent de prosperitate.” a subliniat Valentin Tătaru, economist-șef al ING Bank România.

PRINCIPALII FACTORI AI CREȘTERII PIB-ULUI ÎN ROMÂNIA ÎN URMĂTORUL DECENIU

Investițiile, în special cele finanțate din fonduri UE și cele atrase prin investiții străine directe, vor constitui un factor principal al creșterii PIB-ului în următorul deceniu.

Absorbția eficientă a banilor europeni (aproximativ 28 miliarde de euro din PNRR până în 2026 și încă aproximativ 50 miliarde alocate prin bugetul UE 2021-2027) poate stimula modernizarea infrastructurii și a capitalului uman, generând un „salt major” al economiei.

De asemenea, tendința de *nearshoring* (relocarea producției mai aproape de piețele vestice) poate transforma România

PIB-ul nominal al României ar putea depăși 700 miliarde de euro în 2034 și se poate apropia de 800 de miliarde de euro în 2035, la un ritm de creștere reală de aproximativ 3% anual și o inflație medie similară. Aceste estimări ar poziționa România în competiție cu țări precum Austria și Suedia pentru top 10

economiilor din Uniunea Europeană, potrivit macroenomiștilor din ING Bank. Totodată, nivelul de trai al românilor se va îmbunătăți semnificativ, fiind reflectat de creșterea PIB-ului pe cap de locuitor, exprimat în paritatea puterii de cumpărare (cât de mult pot cumpăra cetățenii unei țări

Într-o destinație preferată pentru investiții noi, atât timp cât forța de muncă rămâne disponibilă și competitivă.

„România are șanse mari să devină o destinație tot mai atractivă pentru investitorii străini în următorii zece ani, cu condiția menținerii stabilității și implementării reformelor. Un prim factor determinant va fi stabilitatea macroeconomică – adică deficit bugetar controlat, inflație redusă și un leu relativ predictibil. Investitorii apreciază predictibilitatea, iar atingerea țintelor fiscale (deficit sub 3% din PIB) și consolidarea finanțelor publice va crește încrederea. Apoi, îmbunătățirea infrastructurii va spori atractivitatea. Pe măsură ce autostrăzile, căile ferate modernizate și porturile se dezvoltă (inclusiv cu ajutorul fondurilor UE), costurile logistice scad și România devine mai convenabilă ca hub de producție și distribuție. România ar putea fi una dintre destinațiile favorite pentru companiile occidentale care își relocalizează producția mai aproape de casă. Acest nearshoring este deja vizibil în investiții noi în producție (de exemplu, unii producători de componente auto sau echipamente electronice au ales România ca bază regională). Cu o strategie clară de promovare a investițiilor, România poate valorifica statutul de a șasea țară ca mărime a populației din UE pentru a atrage noi fluxuri de capital străin în anii 2025-2035.” a completat **Valentin Tătaru**, economist-șef al ING Bank România.

INDUSTRIILE CU RITMURI ACCELERATE DE DEZVOLTARE

Sectorul IT&C, care și-a demonstrat reziliența și potențialul de creștere, va înregistra un ritm accelerat de dezvoltare, potrivit macronomiștilor ING. România are un potențial real de a deveni un hub regional IT&C și un lider în inovație. Integrarea în lanțurile globale IT deja este puternică – marile corporații au centre de dezvoltare aici, iar ecosistemul de startup-uri tech locale se extinde. Economia României va fi semnificativ îmbunătățită de integrarea AI și blockchain, iar țara poate fi transformată într-un creator de tehnologie. O altă industrie cu potențial de creștere este cea a **energiei regenerabile și a**



tehnologiilor verzi. Angajamentele UE privind schimbările climatice, precum și resursele naturale ale României (potențial eolian ridicat în Dobrogea, condiții bune pentru solar etc.) vor propulsa investițiile în parcuri eoliene, solare și alte surse verzi. **Se estimează că până în 2034 circa jumătate din consumul final de energie al țării ar putea fi acoperit din surse regenerabile, ceea ce implică o dezvoltare rapidă a acestui sector.**

Totodată, industriile high-tech de producție vor crește; de exemplu, electronica și automotive (inclusiv producția de vehicule electrice și baterii). Astfel, industriile ancorate în inovare, tehnologie și sustenabilitate vor fi „vedetele” creșterii economice până în 2035, schimbând treptat structura economiei către una mai avansată tehnologic.

În ceea ce privește agricultura românească, viitorul acestui sector până în 2035 va depinde de capacitatea de adaptare la schimbările climatice și de gradul de adoptare a noilor tehnologii digitale. Programele UE și fondurile destinate digitalizării rurale vor susține acest proces. În scenariul optimist, în 2035 vom vedea o **agricultură românească mai rezilientă la climă, cu ferme medii și mari bine tehnologizate, conectate la piețele digitale.**

SALARIILE DIN ROMÂNIA TIND SĂ CREASCĂ MAI RAPID DECÂT INFLAȚIA

Concret, din ianuarie 2007 (momentul intrării României în Uniunea Europeană) și până la începutul acestui an, salariul mediu net a crescut cu ~480%, în timp ce prețurile au crescut cu ~125%.

Acest proces de convergență salarială cu Uniunea Europeană va continua probabil până în 2035, pe măsură ce economia se dezvoltă.

În ceea ce privește investițiile, imobiliarele vor rămâne probabil în topul alegerilor românilor, potrivit macronomiștilor ING, întrucât proprietățile sunt percepute ca un refugiu sigur și tangibil. România are deja cea mai mare rată de proprietari de locuințe din UE (~95% dintre români locuiesc în propria casă), iar investițiile în apartamente sau în terenuri vor continua să fie atractive, mai ales pe fondul urbanizării și creșterii economice.

Cu toate acestea, vom vedea un apetit sporit și pentru investiții financiare. Tot mai mulți români descoperă bursa: indicele principal BET a avut un randament total (incluzând dividende) de aproape 400% în ultimul deceniu, demonstrând potențialul câștigurilor pe piața de capital.

Sprijin pentru comerțul rural: RetuRO introduce un aparat mobil pentru colectarea ambalajelor SGR



Sistemul de Garanție-Returnare din România a intrat deja în al doilea an de funcționare. Rezultatele demonstrează că românii s-au adaptat rapid, iar returnarea ambalajelor SGR face acum parte din obiceiurile lor. În primele trei luni ale anului, RetuRO a colectat peste 1 miliard de ambalaje SGR, reușind să preia 87% din totalul ambalajelor puse pe piață de la începutul anului. O provocare rămâne colectarea din mediul rural, unde accesul la infrastructură este încă dificil.

De aceea, în 2025, RetuRO se concentrează pe consolidarea și îmbunătățirea Sistemului de Garanție-Returnare, astfel încât rezultatele bune din ultimele luni să continue, iar colectarea ambalajelor SGR în zonele cu rate reduse de returnare să fie îmbunătățită.

În acest sens, administratorul sistemului evaluează soluții de sprijin pentru micii comercianți, cu precădere în zonele rurale, în vederea integrării eficiente a sistemului în activitatea lor comercială.

Una dintre soluțiile pe care RetuRO le testează în această perioadă este un aparat mobil care va prelua ambalajele de la comercianții din aceste zone care colectează manual.

Este vorba de un vehicul echipat cu un automat de returnare de mari dimensiuni, destinat colectării ambalajelor în mediul rural, în special de la comercianții care operează puncte de colectare manuală, unde procesul este mai dificil. Prin intermediul RVM-ului mobil, RetuRO urmărește să faciliteze participarea micilor comercianți în Sistemul de Garanție-Returnare.

„Una dintre prioritățile noastre în acest an este să dezvoltăm și să facilităm

accesul în sistem în zonele rurale. În acest sens, introducem o inițiativă nouă – RVM-urile mobile – care vor merge în sate și vor colecta ambalaje de la micii comercianți, pentru a face mai simplă participarea acestora la sistem”, a declarat **Gemma Webb, CEO RetuRO**. Comercianții care au participat până acum la testarea soluției de RVM mobil au evaluat pozitiv experiența. Printre beneficiile menționate se numără transparența și predictibilitatea, prin faptul că pot vedea pe loc cantitatea de ambalaje SGR predate către RetuRO, suma de bani aferentă garanției pe care aceștia o vor primi pentru ambalajele predate și dacă există ambalaje neconforme SGR. „Este un sistem care ne arată exact ce am predat, suma aferentă garanțiilor pe care urmează să o primim și ne ajută mult în relația cu RetuRO. E o diferență semnificativă față de începuturile sistemului și o recomand cu încredere”, a spus unul dintre comercianții care au participat la acțiunile de testare.

RVM-ul mobil efectuează în mod transparent și eficient toate etapele colectării: preia ambalajele de la comercianți, le numără automat la fața locului, le compactează pentru a eficientiza transportul și eliberează un voucher care le indică acestora exact cantitatea de ambalaje predată și valoarea aferentă garanțiilor.

„Este o soluție care permite compactarea ambalajelor, permițând astfel vehiculului să transporte de peste zece ori mai multe unități comparativ cu metodele logistice utilizate până în prezent. Printre avantajele soluției se numără, astfel, și o eficiență operațională sporită și un impact redus asupra mediului. În prezent, ne aflăm în faza de testare și desfășurăm toate demersurile pentru integrarea acestei soluții în zone punctuale unde este cea mai mare nevoie”, a explicat **Radu Pascu, Manager Comercial RetuRO**.

După ridicarea ambalajelor de la comercianți, procesul continuă în centrele regionale de numărare și sortare ale RetuRO, unde acestea sunt descărcate rapid și introduse pe liniile automate, fiind sortate pe tipuri de materiale și culori, ulterior balotate și pregătite



pentru livrare către reciclatori. Potrivit lui Sorin Bălăban, managerul centrului RetuRO de numărare și sortare din Cluj, acest tip de colectare reduce semnificativ timpul de procesare și optimizează întregul lanț logistic și operațional.

Aducând SGR mai aproape de micii comercianți din mediul rural, RetuRO construiește un model de colectare național care nu este doar eficient și transparent, ci și sustenabil și adaptat nevoilor reale ale comunităților locale.

Înțelegerea generațiilor – de la baby-boomer la zoomer

Articol de Gabriel Toma, Trainer, Leadership intergenerațional



- Generația X (“latchkey generation”) – oamenii născuți între 1965 și 1980
- Generația Y (“millennials”) – oamenii născuți între 1981 și 1996
- Generația Z (“zoomers”) – oamenii născuți între 1997 și 2012

Generații din trecut și viitor (care vor activa în piața muncii în viitor):

- Trecut: Generația măreață – oamenii născuți între 1900 și 1924
- Trecut: Generația Silențioasă – oamenii născuți între 1925 și 1945
- Viitor: Generația Alpha – oamenii născuți între 2013 și 2024
- Viitor: Generația Beta – oamenii născuți între 2025 și 2039

Mențiuni importante:

- Cuspers = oameni născuți la granița dintre generații (exemplu: 1964, 1965, 1980, 1981 etc.)
- Există mai multe clasificări ale generațiilor în funcție de autori, mai sus fiind menționată împărțirea cea mai frecvent utilizată și citată în diverse studii și articole.
- Caracteristicile prezentate în cele ce urmează nu sunt general valabile, rezultă în urma unor studii, statistici și articole științifice.

Înțelegerea diferențelor dintre generații și mai multe aspecte despre acestea poate contribui:

1. Comunicare de grup și 1-1 mult mai eficientă, pozitivă și constructivă
2. Motivarea ținută a membrilor echipei pornind de la nevoile generaționale
3. Scăderea incidenței conflictelor interne sau/și gestionarea conștientă și coerentă a acestora
4. Creșterea retenției membrilor echipei și loializării acestora
5. Stimularea învățării și mentoratului în echipă între persoane din generații diferite
6. Productivitatea generală crescută a echipei
7. Adaptabilitate crescută la schimbări
8. Inovație prin diversitate de perspective

CE ESTE O GENERAȚIE?

O generație reprezintă totalitatea oamenilor născuți într-o perioadă specifică de timp, care se aseamănă, în general. Generațiile sunt marcate de context istoric, social, economic, geopolitic etc., similar în care au crescut, context care determină caracteristici, motivații, credințe, idealuri, nevoi profesionale etc. particulare fiecărei generații.

Caracteristicile fiecărei generații depind, bineînțeles, de locul în care a crescut. De exemplu, generația X din Statele Unite ale

Americii are puncte comune cu generația X din România, însă putem observa și multe diferențe între acestea. Acest fapt este cauzat, printre altele, de diferențe precum regimul politic, accesul la resurse, expunerea la artă etc.

Prima generație “globală”, ai căror reprezentanți din diferite colțuri ale lumii se aseamănă cel mai mult, este generația Y. Prima generație conștientă de apartenența la o generație este Z.

Care sunt generațiile cu care lucrăm astăzi:

- Generația baby-boomers – oamenii născuți între 1946 și 1964

FIECARE GENERAȚIE, PE SCURT

GENERAȚIA BABY-BOOMERS (OAMENII NĂSCUȚI ÎNTRE 1946 ȘI 1964)

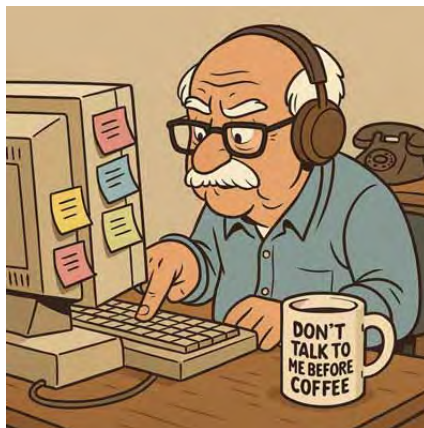
După al doilea război mondial, încheiat în 1945, contextul de pace a determinat oamenii să se concentreze pe familie, astfel că în această perioadă a fost o “explozie” de nașteri (“baby-boom” – de aici și denumirea). Deci această generație a fost crescută în perioada postbelică, în circumstanțe de reconstrucție și prosperitate economică.

1. Valori: loialitate, stabilitate, muncă din greu, respect pentru autoritate.
2. Raport cu munca: definitorie pentru identitate; „trăiesc ca să muncească”.
3. Tehnologie: au fost nevoiți să se adapteze – preferă să evite utilizarea tehnologiei în muncă
4. Ce caută la un job: siguranța locului de muncă și beneficii pe termen lung (ex: pensii)
5. Stil de comunicare preferat: formală, clară, în persoană sau la telefon
6. Gestionarea finanțelor: precauți, orientați spre economisire
7. Management/leadership preferat: stil autoritar sau directiv, bazat pe experiență, cu respect formal față de cei superiori
8. Tipologie de consumator: atenți la calitate și reputația brandurilor, fidelitate crescută față de branduri consacrate

GENERAȚIA X (OAMENII NĂSCUȚI ÎNTRE 1965 ȘI 1980)

Dacă în timpul copilăriei generației anterioare, baby-boomers, mamele se ocupau mai mult de gospodărie și creșterea copiilor (și implicit petreceau timp cu ei și nu îi lăseau mult timp singuri), în timpul copilăriei generației X femeile au început să intre mai mult în câmpul muncii, astfel că erau nevoite să lase copiii singuri acasă, după sau înainte de școală (discutam despre copii mari, nu bebeluși sau de grădiniță). Ca să nu piardă cheia, o purtau la gât – de aici și denumirea de “generația cu cheia la gât” (“latch-key generation”).

1. Valori: autonomie, echilibru viață personală – muncă, pragmatism.
2. Raport cu munca: caută stabilitate, dar și flexibilitate; mai sceptici față de autoritate.



Generația baby-boomers



Generația X

3. Tehnologie: primii utilizatori ai PC-ului și e-mailului în masă – sunt generația de tranziție digitală, între total non-digitali (baby-boomers) și primii nativ digitali (generația Y).
4. Ce caută la un job: flexibilitate, echilibru muncă-viață personală.
5. Stil de comunicare preferat: practică, directă, eficientă (prin e-mail, telefon).
6. Gestionarea finanțelor: orientați spre planificare financiară pe termen lung, echilibru între economisire și cheltuieli.
7. Management/leadership preferat: leadership participativ, dar cu direcție clară și vor autonomie în decizii și activități.
8. Tipologie de consumator: mai sensibili la recenzii și dovezi sociale decât la trenduri, caută raport calitate-preț bun.

GENERAȚIA Y (OAMENII NĂSCUȚI ÎNTRE 1981 ȘI 1996)

Generația Y a crescut în plină ascensiune a epocii digitale, având acces timpuriu la telefoane, laptop-uri, PC-uri etc. Astfel, prin accesul masiv la informație și posibilitatea



Generația Y



Generația Z

de comunicare la nivel internațional, “millennials” este prima generație globală. Ei caută experiențe mai degrabă decât să economisească și caută un scop în tot ceea ce fac, inclusiv la nivel profesional.

1. Valori: sens în muncă, feedback constant, flexibilitate, dezvoltare personală.
2. Raport cu munca: vor un scop, nu doar un salariu; loialitate condiționată de cultură și oportunități.
3. Tehnologie: nativi digitali – au crescut cu ea și o folosesc intuitiv.
4. Ce caută la un job: Sens și scop în muncă, feedback frecvent și dezvoltare profesional, flexibilitate (work-life integration), spațiu pentru inovație.
5. Stil de comunicare preferat: instantă, informală, digitală (Meta, WhatsApp, dar utilizează eficient și mail-ul).
6. Gestionarea finanțelor: mai înclinați către risc, preferă să cheltuiască pentru a se bucura de experiențe (ieșit în oraș călătorii etc.).
7. Management/leadership preferat: vor să fie implicați în decizii și să simtă că opinia lor contează, leadership coaching și mentorat.



8. Tipologie de consumator: digital first, orientați spre sustenabilitate, experiență și storytelling.

GENERAȚIA Z (OAMENII NĂSCUȚI ÎNTRE 1997 ȘI 2012)

Generația Z a crescut într-o lume masiv virtuală, reprezentanții acesteia fiind conectați mai mult online decât offline. Fiind expuși unei lumi virtuale, materiale, în care obțin foarte rapid ceea ce își doresc (like-uri sau o anumită informație) generația Z mai poartă numele de „instant gratification”. Având în vedere creșterea pragului de dopamină (adică au nevoie de lucruri din ce în ce mai mari de obținut ca să fie fericiți), generația Z se confruntă cu o incidență alarmantă de anxietate și depresie.

1. Valori: autenticitate, incluziune, diversitate, viteză.
2. Raport cu munca: caută flexibilitate totală, siguranță emoțională și oportunități rapide de creștere.
3. Tehnologie: telefonul mobil este accesoriul de nelipsit, dependent de Social Media și utilizator eficient al inteligenței artificiale.
4. Ce caută la un job: flexibilitate totală (inclusiv program și spațiu de lucru), oportunități rapide de creștere și afirmare.
5. Stil de comunicare preferat: vizual, rapid, concis (meme, video, emoji), evită e-mailul clasic, preferă DM-uri, voice messages.
6. Gestionarea finanțelor: înclinați către micro-investiții și platforme fintech, interes crescut pentru surse multiple de venit (side hustles).
7. Management/leadership preferat: leadership autentic, uman, pe aceeași

„lungime de undă”, cu feedback constant dar autonomie completă, nu răspund la stilul autoritar, preferă transparență și colaborare.

8. Tipologie de consumator: ultra-digitali: cumpărături prin social media, aplicații, influenceri; aleg branduri care reflectă valori personale (diversitate, sustenabilitate).

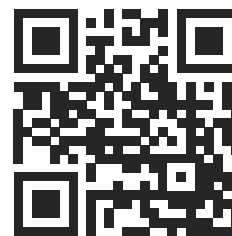
CE ESTE COMUNICAREA INTERGENERAȚIONALĂ? DAR LEADERSHIP-UL INTERGENERAȚIONAL?

Comunicarea intergenerațională se referă la schimbul de informații, idei, valori și experiențe între persoane aparținând unor generații diferite. Acest tip de comunicare poate avea loc în contexte familiale, educaționale, profesionale sau sociale, și contribuie la construirea unor relații bazate pe respect reciproc și înțelegere între tineri, adulți și vârstnici.

Leadership-ul intergenerațional este stilul de leadership ce se bazează pe abordarea diferențiată a membrilor echipei în funcție de generație (baby-boomer, X, Y, Z), având în vedere deosebirile dintre generații în ceea ce privește caracteristicile acestora, ce le motivează, ce caută la un job, modalitate de comunicare preferată etc.

Practic, leadership-ul intergenerațional este un leadership adaptiv la nevoile diferite ale coechipierilor, pornind de la un șablon standard raportat la generații.

Dacă vrei să afli mai multe despre generații, leadership-ul și comunicarea intergeneraționale, te invit să participi la training-urile (unele chiar gratuite) organizate. Te poți înscrie pe www.gabitoma.site (poți scana codul QR).



CINE ESTE AUTORUL ARTICOLULUI?

Dr. Gabriel Toma – a lucrat cu peste 1000 de oameni în training și coaching în ultimii 8 ani de activitate și a activat precum lider în domeniul antreprenoriatului și organizațiilor non-guvernamentale în echipe eterogene raportat la generație, educație și domeniu de activitate/studiu.

„Eu sunt Gabi și misiunea mea este să ajut oamenii din generații diferite să lucreze mai bine împreună. Cred cu tărie că într-o echipă performantă e loc pentru toată lumea (chiar nevoie de toată lumea) – de la cei care au prins începuturile e-mailului până la cei care folosesc inteligența artificială zilnic. În momentul de față, sunt doctorand în management, având tema de doctorat „Leadership-ul intergenerațional – stiluri de leadership diferențiate în funcție de generație – X, Y sau Z”.

Lucrez cu lideri și echipe care vor să comunice mai autentic, să înțeleagă ce îi motivează pe colegii lor (indiferent de vârstă) și să construiască un mediu în care ideile circulă liber, fără bariere de generație. Fie că țin workshopuri, traininguri sau sesiuni de coaching, scopul meu e mereu același: să creez punți între oameni și să ajut organizațiile să transforme diversitatea de vârstă într-un avantaj real.



Organizația Salvați Copiii marchează 35 de ani în România prin lansarea programului Prima îmbrățișare, o investiție de 4,42 milioane euro care va susține reducerea mortalității infantile la nivelul mediei europene

La împlinirea a 35 de ani de activitate în România, Organizația Salvați Copiii lansează „Prima îmbrățișare”, un amplu program de intervenție în 35 de spitale din țară pentru dotarea cu echipamente medicale vitale a secțiilor de nou-născuți, ambulatoriilor de specialitate și secțiilor de pediatrie și obstetrică-ginecologie. Cu un buget total de **4,42 milioane euro**, programul urmărește reducerea mortalității infantile cu 10% în primul an de implementare și cu 35% în următorii 4-5 ani, apropiind astfel România de media europeană de 3,3 decese la 1.000 de născuți-vii.

În prezent, România se menține printre primele locuri în Uniunea Europeană la mortalitatea infantilă, cu o rată de 5,6 decese la 1.000 de copii născuți vii în 2023, conform datelor Institutului Național de Statistică.

Multe dintre aceste decese pot fi evitate prin măsuri esențiale precum dotarea unităților medicale cu echipamente performante, monitorizarea regulată a sarcinilor, controale medicale periodice și asistență calificată la naștere. La fel de importantă este și direcționarea gravidelor cu risc crescut către centre medicale sau maternități care dispun de infrastructura și personalul specializat necesar pentru managementul adecvat al nou-născuților cu risc.

Proiectul organizației include dotarea cu echipamente medicale performante precum ecografe, monitoare de funcții vitale, ventilatoare, mese radiante, incubatoare, aparate de ventilație, sisteme pentru hipotermie terapeutică neonatală, aparate de mixare a soluțiilor parenterale, în funcție de necesitatea secțiilor. Aceste echipamente sunt esențiale pentru asigurarea unei îngrijiri neonatale eficiente și sigure, asigurând monitorizarea continuă a funcțiilor vitale, depistarea precoce a disfuncțiilor respiratorii



Salvați Copiii
De 35 de ani în România

**PRIMA
ÎMBRĂȚIȘARE**

**SE ÎNTÂMPLĂ
DOAR CU AJUTOR.**

Susținem copiii născuți prematur să ajungă cât mai repede în brațele mamelor.

și intervenția rapidă pentru prevenirea complicațiilor grave. Proiectul va acoperi 35 de unități medicale din 23 de județe: București, Ilfov, Argeș, Botoșani, Bacău, Brăila, Buzău, Călărași, Cluj, Constanța, Caraș-Severin, Gorj, Giurgiu, Hunedoara, Harghita, Iași, Mureș, Neamț, Olt, Satu Mare, Suceava, Teleorman și Vâlcea.

„La 35 de ani de activitate, ne uităm cu mândrie și recunoștință la realizările noastre, dar și cu responsabilitate la provocările care ne așteaptă. În aceste trei decenii și jumătate, am construit împreună cu partenerii noștri programe sociale solide și am luptat pentru politici publice care să protejeze drepturile fundamentale ale copiilor. Fiecare copil salvat este o victorie, iar fiecare pierdere un motiv în plus să ne continuăm misiunea cu și mai multă hotărâre. Noul nostru program de intervenție reprezintă un angajament concret pentru viitorul și sănătatea celor mai vulnerabili dintre pacienți – nou-născuții. Prin aceste investiții, continuăm să construim un sistem medical mai bun, capabil să ofere șansa la

viață fiecărui copil din România”, a declarat Gabriela Alexandrescu, Președinte Executiv al Organizației Salvați Copiii România.

Salvați Copiii România s-a consacrat, în cei 35 de ani de activitate neîntreruptă, ca una dintre cele mai importante organizații dedicate protecției și promovării drepturilor copilului din țară. Din 2010 și până în prezent, organizația a dotat 130 de unități medicale din întreaga țară cu peste 1.900 de echipamente esențiale, cu o investiție totală de peste 15 milioane de euro, contribuind astfel la îmbunătățirea sănătății a peste 260.000 de copii.

Fiecare donație ajută la dotarea spitalelor cu echipamente necesare îngrijirii neonatale. Persoanele fizice pot dona câte doi euro lunar la **SMS 8844**, cod „**SALVEZ**” sau online, pe www.salvaticopiii.ro. În plus, până pe 26 mai 2025, persoanele fizice care obțin venituri din salarii sau alte surse impozabile pot redirecționa 3,5% din impozitul pe venit, un gest care nu costă nimic în plus, dar poate face o mare diferență.

Mintea campionilor.

Ce rol are psihologul sportiv în performanța de top?

Articol de Oana Camelia Guraliuc, Psihoterapeut și Psiholog sportiv
Fondator, The Creative Stairway

CE FACE DIFERENȚA ÎNTRE UN SPORTIV BUN ȘI UN CAMPION?

În prezent, sportul de performanță evoluează rapid, iar standardele sunt tot mai ridicate. Mai mult, la nivel înalt de performanță, diferențele dintre echipe în ceea ce privește pregătirea tehnică și tactică sunt minime, iar pregătirea fizică este deja optimizată.

Cu toate acestea, mulți sportivi ajung să întâmpine o limitare aparent fără cauză. Se antrenează bine, respectă regimul alimentar, respectă programul de antrenament și odihnă, sunt sprijiniți de antrenori experimentați și de întregi echipe de profesioniști. De asemenea, există sisteme cu inteligență artificială care examinează competițiile sportive și analizează aspectele tehnice și tactice făcând sinteze și statistici. Cu toate acestea, deseori rezultatele mai bune întârzie să apară. De ce? Pentru că un element esențial este adesea neglijat: **componenta mentală**. În contextul descris mai sus, **factorii psihologici devin decisivi**.

Aici intervine psihologul sportiv, **specialistul care transformă potențialul într-o performanță susținută**.

CINE ESTE PSIHOLOGUL SPORTIV ȘI CE FACE, CONCRET?

Psihologul sportiv este mai mult decât „o persoană cu care vorbești când nu-ți merge bine”. El este parte integrantă a echipei de performanță, jucând un rol esențial în optimizarea atât a performanței individuale cât și a celei de echipă și contribuie masiv la echilibrul mental și emoțional al sportivilor.

La nivel individual, psihologul sportiv lucrează direct cu sportivul (și antrenorul) pentru a-l ajuta să-și optimizeze procesele mentale și emoționale implicate în competiție, antrenament și recuperare. De asemenea, psihologul îl sprijină pe sportiv în depășirea blocajelor psihice, anxietății competiționale sau a problemelor legate de motivație și contribuie la creșterea încrederii în sine a sportivului.

La nivelul echipei, psihologul sportiv colaborează cu antrenorii și contribuie la gestionarea presiunii competiționale, facilitează coeziunea grupului, îmbunătățește comunicarea și se implică/ajută la gestionarea conflictelor. Intervenția sistemică este crucială pentru crearea unui mediu armonios, mai ales în momente de presiune mare.

Activitatea psihologului sportiv include:

- Evaluarea profilului psihologic al sportivului;
- Stabilirea obiectivelor psihologice și a strategiilor personalizate;
- Dezvoltarea rutinei mentale pentru competiții;
- Intervenții în momente de criză sau scădere de formă;
- Sprijin pentru accidentări și reveniri;
- Optimizarea relațiilor din jurul sportivului (antrenor, familie, colegi).

Asemenea unui antrenor sau unui nutriționist, psihologul sportiv lucrează cu metode științifice, adaptate fiecărui individ și echipe.

CUM POATE FI UTIL UN PSIHOLOG SPORTIV?

Intervențiile psihologice eficiente în sport pot fi realizate pe mai multe niveluri:

- La nivel **de simptom**: se referă la gestionarea unor manifestări specifice și de moment care afectează performanța sau starea mentală.
- La nivel de **structură de personalitate**: se axează pe aspecte mai profunde, care țin de trăsăturile de personalitate sau mecanismele psihologice formate în timp.
- La nivel **sistemic**: vizează dinamica relațiilor din cadrul echipei, relația sportivi-antrenori sau alte aspecte ale sistemului în care funcționează individul.

Aceste intervenții necesită însă o formare solidă specifică în metode validate științific. Categoriile de intervenții pe care le propun sunt adaptate fiecărui caz în parte, cu flexibilitate și centrate pe nevoile specifice ale sportivilor și echipelor. Iată câteva dintre ele, fără ca lista să fie exhaustivă.

- Intervenții pentru **dezvoltarea performanței**:
 - o Tehnici de concentrare și atenție;
 - o Managementul stresului și al anxietății competiționale;
 - o Exersarea motivației și a încrederii în sine;
 - o Crearea și implementarea strategiilor de stabilire a obiectivelor;
- Intervenții pentru **coeziunea echipei**:
 - o Facilitarea comunicării eficiente între membrii echipei;
 - o Dezvoltarea spiritului de echipă și a coeziunii grupului;
 - o Gestionarea conflictelor interne;
 - o Îmbunătățirea relației sportivi-antrenori;
- **Suport emoțional și mental** (atât pentru sportivi, cât și pentru personalul tehnic):
 - o Consiliere individuală pentru sportivi



atingerea unui echilibru între sănătatea mintală și performanță.

ANTRENAMENTUL MENTAL: DE CE E VITAL ȘI CUM SE CONSTRUIEȘTE

Stresul competițional, lipsa încrederii, blocajele în momente decisive sau frica de eșec nu sunt doar simple emoții. Aceștia sunt factori care influențează direct performanța. Psihologul sportiv intervine nu doar reactiv, și mai ales preventiv, printr-un **antrenament psihologic sistematic**.

Ce presupune acest antrenament?

- Tehnici de **autocontrol emoțional și gestionare a anxietății**;
- Exerciții pentru **concentrare și refocalizare rapidă**;
- **Vizualizarea mentală** a performanței;
- Tehnici pentru construirea unui **dialog intern pozitiv și eficient**;
- **Setarea obiectivelor** pe termen lung, mediu și scurt și **menținerea motivației** în timp;
- Exerciții pentru **dezvoltarea rezilienței psihologice** în fața adversităților;
- Exerciții pentru **atingerea nivelului de activare optimă** și menținerea acestuia în mod constant (o activare emoțională insuficientă poate conduce la o stare de apatie, în timp ce supraactivarea îl poate determina pe sportiv să aibă reacții emoționale ample care pot genera de asemenea performanțe slabe).

CREATIVITATEA ÎN ANTRENAMENTUL MENTAL: FACTOR CHEIE PENTRU ADAPTABILITATE ȘI PERFORMANȚĂ

Creativitatea este adesea subestimată în sportul de performanță, dar ea joacă un rol esențial în **capacitatea unui sportiv de a se adapta, de a inova în joc și**

care se confruntă cu presiuni psihologice;

- o Ajutor în gestionarea eșecurilor și a criticii;
- o Sprijin în procesul de recuperare după accidentări;
- **Educație psihologică:**
 - o Traininguri pentru înțelegerea și aplicarea unor tehnici de optimizare mentală (imagerie, mindfulness, dialog interior pozitiv).

o Workshopuri pentru echipă pe teme precum gestionarea stresului, motivația sau adaptarea la schimbări.

- **Intervenții în perioade critice:**
 - o Sprijin în pregătirea pentru competiții importante.
 - o Ajutor în gestionarea tranzițiilor, cum ar fi schimbarea echipei sau retragerea din activitate.
- Aceste intervenții contribuie la

“
Stresul competițional, lipsa încrederii, blocajele în momente decisive sau frica de eșec nu sunt doar simple emoții. Aceștia sunt factori care influențează direct performanța.



de a lua decizii rapide în situații neprevăzute. Prin antrenament mental, psihologul sportiv ajută sportivii să-și acceseze și cultive **gândirea flexibilă, spontaneitatea și curajul de a încerca soluții noi.**

Acestea sunt abilități cruciale în competițiile de top, unde rigiditatea mentală poate fi fatală.

La nivel înalt, performanța nu înseamnă doar execuție impecabilă, ci și **capacitatea de a improviza sub presiune, de a reinventa strategii și de a ieși din tipare.** Exact acolo, **creativitatea devine un factor decisiv.**

Toate aceste instrumente sunt învățate, exersate și integrate în rutina sportivă. Rezultatul? Un sportiv mai stabil, mai sigur pe el și mai pregătit pentru înaltă performanță.

CUI ÎI ESTE RECOMANDAT SPRIJINUL PSIHOLOGULUI SPORTIV?

Contrar unei idei încă persistente, psihologul sportiv nu se adresează doar sportivilor cu probleme. El este un partener valoros în toate etapele carierei sportive:

- Juniorilor care își formează identitatea și disciplina;
- Sportivilor de elită care doresc *fine-tuning* la nivel mental;
- Antrenorilor care vor să-și optimizeze stilul de comunicare și *leadership*;
- Părinților sportivilor tineri care au un impact major asupra echilibrului emoțional al propriilor copii;
- Echipelor care au nevoie de coeziune, claritatea rolurilor și încredere reciprocă.

Intervențiile pot fi individuale, de grup sau mixte, în funcție de obiective și contextul sportiv.

PSIHOLOGUL SPORTIV ÎN ECHIPA DE PERFORMANȚĂ: O INVESTIȚIE, NU UN MOFT

Tot mai multe federații, cluburi și academii sportive încep să includă psihologul sportiv în structura lor permanentă. Nu este o tendință de marketing ci o realitate validată științific: **sportivii care beneficiază de sprijin psihologic susținut au șanse ridicate de a atinge și menține vârful de formă.** Mai mult, beneficiile nu se limitează



“Pregătirea mentală poate fi super-puterea ta în sportul pe care îl practici sau antrenezi. Astăzi nu câștigă doar cel mai rapid sau cel mai puternic, ci acela care știe să-și păstreze mintea limpede când miza e mare”.

Oana Camelia Guraliuc,

Psihoterapeut și Psiholog sportiv.

la rezultate. Sportivii sunt învățați cum să-și gestioneze mai bine eșecul, tranzițiile de carieră, relațiile tensionate și provocările personale. Ceea ce înseamnă nu doar performanță ci și echilibru mental pe termen lung.

ÎN LOC DE CONCLUZIE: PERFORMANȚA ÎNCEPE DIN MINTE ȘI MENTALITATE



La nivel înalt, performanța nu înseamnă doar execuție impecabilă, ci și capacitatea de a improviza sub presiune, de a reinventa strategii și de a ieși din tipare. Exact acolo, creativitatea devine un factor decisiv.

Psihologul sportiv nu promite soluții magice, ci oferă ceva esențial pentru performanța durabilă: **structură, claritate și continuitate în dezvoltarea mentală a sportivului.** Printr-o relație de colaborare bazată pe încredere și obiective clare, sportivul învață să devină stăpân pe sine, în antrenamente, în competiții și, poate cel mai important, în momentele dificile. Prin urmare, fie că ești sportiv și vrei să treci la nivelul următor, antrenor în căutarea performanței sau manager/președinte de club care înțelege că performanța reală începe și se menține folosind mintea, e momentul să incluzi psihologia sportivă în planul tău de antrenament.

Oana Guraliuc este formată în multiple tipologii de intervenție (psihoterapie cognitiv comportamentală, hipnoză și intervenții de scurtă durată, terapia schemelor cognitive, design de sisteme produs-serviciu) și are experiență în lucrul atât individual cât și în dinamica de echipă putând astfel adapta instrumentele de lucru în funcție de nevoile reale ale sportivului sau ale grupului.

Tel.: 0722457764

Instagram: @thecreativestairway și @oanaguraliuc

METIGLA aniversează 25 de ani în România - investiții suplimentare de 15 milioane euro și planuri de expansiune europeană

METIGLA, unul dintre principalii producători de soluții premium complete pentru acoperiri și închideri metalice, parte a grupului belgian cu același nume, marchează în 2025 un moment de referință: un sfert de secol de activitate industrială în România. Cu investiții totale de peste 25 milioane de euro realizate până în prezent și un plan suplimentar de extindere de circa 15 milioane de euro până în 2030, compania demonstrează un angajament solid pentru dezvoltarea sustenabilă a sectorului de construcții și pentru consolidarea producției locale.

„Pentru noi, acest sfert de secol înseamnă mai mult decât longevitate – este dovada că un model de business bazat pe investiții constante, echipă consolidată și inovație sustenabilă poate construi performanță durabilă. România rămâne centrul nostru de gravitație, iar fabrica din Ceptura este expresia clară a modului în care excelența locală poate avea impact internațional”, a subliniat **Olivier Somers, Group CEO, METIGLA**.

DE LA PRIMA LINIE DE PRODUCȚIE, LA EXCELENȚA INDUSTRIALĂ

Fondată în 1984 în Belgia, METIGLA a ajuns în România în anul 2000, inaugurând la Ceptura o unitate de producție, inițial sub brandul Coilprofil, ce a devenit în timp un hub regional de excelență. Mai târziu, în 2018, compania a trecut printr-un amplu proces de rebranding, adoptând identitatea METIGLA – un moment cheie care a marcat începutul unei noi etape de dezvoltare, axată pe tehnologie, sustenabilitate și extindere regională.



Olivier Somers, Group CEO, METIGLA

De la prima linie de producție pornită acum 25 de ani, platforma industrială a crescut constant și sustenabil, devenind astăzi una dintre cele mai avansate facilități de profil din Europa Centrală și de Est. Cu 5 hale de producție și 2 depozite ce însumează peste 17.500 m², fabrica găzduiește un portofoliu complet și integrat: țiglă metalică, tablă prefălțuită, panouri termoizolante cu vată

minerală, accesorii de finisaj la comandă, sisteme pluviale robotizate, profile galvanizate, casete de fațadă și soluții fotovoltaice, precum structuri pentru parcuri solare și acoperișuri solare metalice 2-în-1 (BIPV).

„Am crezut în România încă dinainte ca potențialul ei să fie evident pentru mulți. Pentru noi, investiția de la Ceptura nu a fost doar o extindere geografică, ci un angajament pe termen lung față de oameni, față de industrie și față de viitor. Astăzi, ne bucurăm să vedem cum această viziune este dusă mai departe de noua generație, cu aceeași pasiune și respect pentru valorile care ne-au definit”, a declarat **Philippe Somers, Fondator METIGLA**.

Investițiile realizate până acum – în echipamente de producție automatizate, digitalizare, soluții sustenabile și inovații de produs – reflectă o strategie de business coerentă, cu rezultate vizibile: 27,5 milioane euro cifră de afaceri în 2024, creștere cu 25% a volumelor livrate anul trecut și extindere accelerată pe piețele externe. De asemenea, compania a investit constant în echipă și în dezvoltarea oamenilor,





Philippe Somers, Fondator METIGLA

susținând formarea continuă și creșterea profesională a fiecărui angajat.

FABRICA VIITORULUI, ÎN INIMA PRAHOVEI: PRODUCȚIE ROBOTIZATĂ, ENERGIE SOLARĂ ȘI SISTEM DE FABRICARE CONTROLAT PRIN QR CODES

Unitatea de producție din Ceptura funcționează ca un adevărat model de eficiență industrială, în care automatizarea joacă un rol central: producția de sistemele pluviale este una 100% robotizată – un aspect unic pe piața locală, iar liniile de fabricație pentru panouri termoizolante și țigla metalică sunt complet automatizate. Proiectarea elementelor personalizate se face digital, iar producția este setată automat prin scanarea codurilor QR. De asemenea, întregul sistem este conectat la un ERP integrat, care permite urmărirea în timp real a materiilor prime și a comenzilor,

până la livrarea finală și suportul post-vânzare.

Sustenabilitatea este, de asemenea, parte integrantă din ADN-ul METIGLA. Astăzi, 60% din energia consumată în fabrică provine din panouri fotovoltaice amplasate pe acoperișurile halelor de producție. Iar obiectivul este unul ambițios - până în 2027 compania vizează ca întreg consumul să fie acoperit din surse regenerabile. Investițiile în eficiență energetică includ mașini electrice și hibride, motostivuitoare electrice, sisteme de iluminat LED, utilaje cu consum optimizat și ambalaje reciclabile. În același timp, deșeurile sunt colectate selectiv, iar materia primă este selectată progresiv în funcție de amprenta de carbon, în conformitate cu reglementările CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism) impuse la nivel european. Împreună cu principalii furnizori de vată minerală și oțel, compania derulează un program de reciclare prin care închid complet circuitul materialelor, asigurând astfel un proces sustenabil și responsabil.

„Automatizarea și sustenabilitatea nu mai sunt doar avantaje competitive – sunt standardele după care construim viitorul METIGLA. De la producția robotizată a sistemelor pluviale, la eliminarea hârtiei și integrarea codurilor QR și a energiei regenerabile în procesele noastre, fiecare inovație reflectă angajamentul pentru eficiență, calitate și responsabilitate. Această transformare industrială se vede direct în rezultate: am crescut capacitatea de producție, am optimizat timpii de livrare și ne-am consolidat poziția de partener de încredere atât pe piața din România, cât și în Europa”, a declarat **Cristian Mătășel, Director General METIGLA România.**



Philippe Somers, Fondator METIGLA

VIZIUNEA METIGLA: INVESTIȚII DE 15 MILIOANE EURO ȘI EXTINDERE LA NIVEL EUROPEAN

Cu un portofoliu 100% fabricat în România, METIGLA și-a extins constant prezența pe piețele internaționale. În prezent, exporturile acoperă 15% din business, compania derulând vânzări active în România, Belgia, Olanda și Franța și colaborând în paralel cu parteneri din Bulgaria, Polonia, Germania, Italia, Estonia și Republica Democrată Congo. Anul trecut, METIGLA a făcut un pas important în direcția consolidării prezenței în Europa de Vest, prin achiziția unui spațiu logistic și a unui birou comercial în Antwerp, Belgia. Această extindere operațională reflectă ambiția companiei de a-și crește influența în piețele vest-europene, oferind servicii locale mai eficiente și timp de răspuns optimizați pentru partenerii internaționali.

În următorii cinci ani, direcția de dezvoltare a companiei este ghidată de METvision 2030 – un plan construit în jurul a șase valori esențiale: grija față de client, calitatea produselor, inovația continuă, munca în echipă, excelența în execuție și o abordare directă către consumator. Aceste principii definesc modul în care METIGLA își propune să crească, să se adapteze și să rămână relevantă într-o piață în continuă schimbare.

Pentru a susține această viziune, compania a planificat un program de investiții în valoare de 15 milioane de euro, care va



acclera transformarea METIGLA într-un reper european în domeniul soluțiilor de acoperire premium.

„Ne-am propus să ducem excelența industrială de la Ceptura în tot mai multe piețe europene. În 2025 ne vom consolida prezența pe piețe principale și treptat vom extinde acest model în mai multe țări europene. Investim în produse sustenabile, în automatizare, echipă și în servicii mai rapide pentru clienți. Suntem o companie construită pe termen lung: fabricăm local, investim local și creștem prin echipa dedicată, calitate și inovație reală, nu prin compromisuri”, adaugă **Olivier Somers, Group CEO METIGLA.**

DESPRE METIGLA

METIGLA este o companie cu origine belgiană, specializată în producția de soluții complete pentru închideri metalice destinate atât segmentului de construcții rezidențiale, cât și industriale și comerciale. Începând cu anul 2000, METIGLA fabrică exclusiv în unitatea proprie din Ceptura, Prahova – una dintre cele mai moderne unități de producție din Europa Centrală și de Est.

Portofoliul companiei acoperă o gamă completă de sisteme metalice pentru acoperișuri rezidențiale și construcții industriale: țiglă metalică, tablă prefăltuită, sisteme pluviale, tablă cutată, panouri termoizolante, accesorii de finisaj și profile zincate, toate fabricate conform celor mai înalte standarde europene. De-a lungul anilor, METIGLA a investit constant în tehnologizare și extinderea capacității de producție, lansând produse adaptate cerințelor actuale atât ale clienților finali și potențiali, cât și ale pieței de construcții, precum acoperișuri fotovoltaice integrate, profile personalizate sau soluții cu protecție fonică și anticondens.

Misiunea companiei este de a oferi soluții tehnice inteligente, adaptate fiecărui proiect în parte. Prin calitate premium, încredere și dedicare, METIGLA construiește parteneriate durabile și contribuie activ la modernizarea sectorului local de construcții și nu numai. Compania este prezentă și în Belgia, Olanda, Franța, Bulgaria, Polonia, Germania, Italia, Estonia, Republica Democrată Congo.



În luna martie 2025 turismul a continuat să scadă

-4,1% la sosirile românilor în structurile de cazare clasificate



Adrian Voican, președinte Bibi Group4travel

01.01.-31.03.2025, sosirile turiștilor români în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare au reprezentat **82,5%**, în timp ce sosirile turiștilor străini au reprezentat **17,5%**, cei mai mulți dintre aceștia provenind din Italia, Germania și Regatul Unit.

Din perspectiva touroperatorului, tarifele pentru primul trimestru din 2025 n-au suferit modificări semnificative față de perioada similară a anului trecut, majoritatea creșterilor fiind atribuite serviciilor de masă. Media acestor creșteri nu a depășit 5-10%, însă există unități în sistemul de rezervări a căror tarif a rămas la valoarea celor din 2024.

Față de primul trimestru din 2024 s-a remarcat o creștere a vânzărilor de **3%** pentru segmentul munte-balneo și **8%** pentru city break, procentul rezervărilor fiind în medie de 55 - 80% în funcție de destinație. Au existat unități de cazare pe Valea Prahovei sau Poiana Brașov, unde gradul de rezervare a fost de 100%. Cererea pentru vacanțe active, sporturi de iarnă și experiențe gastronomice a fost ridicată, turiștii beneficiind și de un sezon de schi prelungit în lunile ianuarie și februarie, care a adus recorduri de turiști la trecerile prin turnicheți. Ambele zone au avut în total deschise 44 de pârtii, cu o lungime de 61 de km.

Pentru zona balneo, turiștii au căutat hoteluri clasificate superior, de 4 sau 5 stele, cu ape termale și acces la facilitățile spa și wellness. În primele luni din acest an, bazele de tratament au funcționat la capacitate maximă, datorită cererii crescute pentru servicii de prevenție și recuperare medicală, procentul rezervărilor fiind între 70-90% în funcție de stațiune și unitatea de cazare.

Conform datelor centralizate de Institutul Național de Statistică (INS) apărute în dimineața zilei de 8 mai 2025, sectorul turistic național a înregistrat o creștere timidă de 1% în primul trimestru al anului 2025, comparativ cu aceeași perioadă din 2024. Cifrele Bibi Touring Touroperator reflectă această statistică, numărul sosirilor în structuri clasificate de turism fiind aproape la aceeași valoare față de primul trimestru din 2024.

În perioada ianuarie – martie 2025, unitățile de cazare turistică din România, au înregistrat un total de **2496,7 mii persoane** față de **2471,2 mii** câte au fost înregistrate în 2024, în timp ce numărul de înnoptări a fost de **4773,2 mii**, marcând o creștere de

2,2% față de trimestrul I din 2024, când au fost **4671,8 mii**.

În ceea ce privește sosirile turiștilor români, în februarie 2025 au fost cu **-4,5%** mai puțini turiști decât în februarie 2024, scădere care continuă în martie la o valoare de **-4,1%** față de perioada similară din 2024. Pentru turiștii străini avem o evoluție de **1,7%** în februarie și **3,1%** în martie.

Înnoptările continuă trendul negativ, în februarie 2025 fiind cu **-4,3%** la turiștii români față de februarie 2024, iar în martie **-3,1%**. Pentru turiștii străini, înnoptările în februarie 2025 sunt cu **1%** mai mari decât perioada similară din 2024, evoluție care continuă și în martie, cu o valoare de **+3,4%**. Din numărul total de sosiri, în perioada

AVEM 584.759 LOCURI DE CAZARE

La finalul lunii martie 2025 existau în România 26.533 unități de cazare, cu 584.759 locuri de cazare, dintre care 102 unități de 5* cu 10.518 locuri de cazare, 921 unități de 4* cu 85.407 locuri și 14.894 unități de 3* cu 218.072 locuri de cazare, restul fiind de 2* sau de 1*.

Cele mai solicitate stațiuni pentru zona de munte au fost Sinaia, Predeal și Poiana Brasov, cu peste 65% din totalul rezervărilor, în timp ce pentru zona balneo s-au remarcat stațiuni precum: Băile Felix, Călimănești-Căciulata, Băile Herculane și Băile Tușnad, cu un procent de 75% din totalul rezervărilor.

Vacanțele tip city break sunt pe un trend ascendent iar turiștii români doresc să cunoască țara, cultura, istoria și tradițiile diferitelor regiuni, doresc cazare în hoteluri moderne sau în hosteluri, unde tinerii pot lega prietenii. Pentru vacanțele tip city break s-a remarcat o creștere pentru București, Craiova, Oradea, Sighișoara și Cluj Napoca. Numărul turiștilor străini care au vizitat România a crescut cu 5,1% în primul trimestru din acest an față de perioada similară a anului precedent, iar numărul de înnoptări a crescut cu 4,6% în același interval. Includerea în spațiul Schenghen a favorizat călătoriile, în special în rândul tinerilor, în căutare de locuri noi și evenimente culturale.

Rezervările prin programul „Înscrieri Timpurii”, instrument care se bucură în continuare de un real succes pentru achiziționarea vacanțelor din timp, a reprezentat în primul trimestru din 2025, 30% din totalul rezervărilor. Reducerile au fost cuprinse între 10% și 50%. În același timp, plata cu voucherele de vacanță, încă existente în piață, a reprezentat 20% din totalul rezervărilor.

Pentru următoarea perioadă, odată cu sosirea sezonului estival în Delta Dunării și pe Riviera Românească, se întrevede o creștere a numărului de rezervări, voucherele de vacanță în varianta 2025 fiind distribuite încă din această lună. Cu ele pot fi achitate de exemplu diferența la avansul prin rezervările „înscrieri timpurii”, efectuate până la sfârșitul lunii aprilie. „Turismul românesc e precum respirația economiei. Frământările politice, economice



naționale și internaționale se oglindesc și în apetitul românilor pentru vacanțe. În contextul anulării Visa Waver pentru Statele Unite ale Americii, multe zboruri s-au anulat. Voucherele de vacanță pentru 2025 abia au început timid să fie solicitate din luna mai așa încât rezervările pentru primele 3 luni s-au bazat pe sumele acordate în 2024 și care nu fuseseră consumate. Practic scăderea din februarie, de 4,5% a sosirilor românilor în structurile de cazare clasificate, fusese un semnal că turiștii sunt mai prudenți în rezervări. Ce va fi - depinde mult de rezultatul alegerilor prezidențiale și de rezultatul eforturilor de pace din Ucraina. De 1 Mai am văzut efervescență pe litoral deci turiștii așteaptă vreme bună și vremuri bune cu apetitul pentru vacanțe ridicat”, declară **Adrian Voican, președinte Bibi Group4travel**.

În ansamblu, din prisma BIBI Touroperator, turismul românesc mai mult a stagnat, lipsa unei strategii aplicate, întârzierea distribuirii voucherelor de vacanță la pachet cu diminuarea valorii acestora și promovarea mult prea slabă fiind principalii factori pentru acest rezultat neașteptat.

DESPRE BIBI TOUROPATOR

BIBI Touroperator, membru BIBI Group4Travel, este unul dintre cei mai importanți touroperatorii pe piața locală de turism, specializat pentru România, cu o cifră de afaceri a grupului de peste 13 milioane euro. De numele BIBI se leagă implementarea pentru prima dată în România a conceptului „Înscrieri Timpurii”. Bibi este un brand românesc creat cu 38 de ani în urmă, cu activități în domeniile turism și HORECA.

Moov Leasing atrage un credit sindicalizat de 110 milioane de euro pentru extinderea activității, corelat cu obiectivele de sustenabilitate ale companiei

Moov Leasing, companie românească specializată în leasing operațional 100% digital pentru persoane fizice, microîntreprinderi și IMM-uri, a obținut o finanțare sindicalizată în valoare de 110 milioane de euro, destinată susținerii planurilor de extindere la nivel național. Creditul este corelat cu obiectivele de sustenabilitate ale companiei, reducerea intensității emisiilor de CO2 pentru flota auto fiind cel mai important obiectiv sustenabil asumat de Moov Leasing. Este primul credit sindicalizat de acest tip accesat de Moov Leasing și unul dintre cele mai mari obținute

de o companie românească atât de tânără, la doar doi ani de la începerea activității. Tranzacția marchează un moment definitoriu, reflectând încrederea pieței în modelul său inovator de mobilitate și în angajamentul față de practici și tehnologii sustenabile în afaceri. Fondurile obținute vor sprijini direct planurile Moov Leasing de extindere a serviciilor sale, compania putând astfel oferi soluții accesibile de leasing operațional unei baze mai largi de clienți persoane fizice și IMM-uri. Totodată, creditul include și o opțiune de majorare.

„Această finanțare reprezintă un moment cheie pentru MOOV LEASING, validând viziunea noastră. Ne permite să investim direct în ceea ce contează cel mai mult pentru noi: clienții noștri. Vom putea pune la dispoziție servicii mult îmbunătățite pentru partenerii noștri, actuali și viitori”, a declarat **Mircea Dihel, Co-Fondator Moov Leasing**. „Creditul sindicalizat confirmă misiunea noastră de a revoluționa accesul la mobilitate pentru persoane fizice și IMM-uri. Mulțumim partenerilor financiari și consultanților pentru încrederea acordată și suntem siguri că împreună vom accelera adoptarea



Mircea Dihel, Co-Fondator Moov Leasing

soluțiilor inovatoare și sustenabile”, a adăugat **Bogdan Speteanu, Co-Fondator Moov Leasing**.

Creditul sindicalizat este acordat de un consorțiu format din UniCredit Bank SA (Global Coordinator, Bookrunner, Mandated Lead Arranger și Co-Documentation Agent), UniCredit SpA (Co-Sustainability Agent), Banca Transilvania SA (Mandated Lead Arranger, Co-Documentation Agent și Facility Agent), Raiffeisen Bank SA (Mandated Lead Arranger, Co-Sustainable Agent și Security Agent) și Exim Banca Românească SA (Mandated Lead Arranger).

Sustain LCM Finance, fondată de Grăția Annamaria Popescu, fost bancher cu expertiză recunoscută în coordonarea finanțărilor sindicalizate, a acționat în calitate de consultant din partea Moov Leasing pentru această finanțare sindicalizată sustenabilă.

„Ne bucurăm să fim Coordonatori Globali într-o tranzacție atât de relevantă pentru Moov Leasing și de inovatoare pentru piața din România. Această colaborare reflectă angajamentul nostru constant de a susține inițiativele strategice ale clienților noștri și de a oferi soluții financiare inteligente, adaptate nevoilor lor, într-un sector aflat în plină transformare. Aprecieri încrederea acordată UniCredit Bank, prin recunoașterea

capacităților noastre din zona de Credite Sindicalizate, și ne bucurăm să susținem Moov Leasing în strategia sa de dezvoltare sustenabilă a acestui sector”, a evidențiat **Daniel Sava, Head of Advisory & Financing Solutions, Divizia Corporate, UniCredit Bank SA**.

„Suntem încântați să sprijinim Moov Leasing în planurile sale de extindere. Prin acest parteneriat, concretizat într-o tranzacție unică pe piața de credite sindicalizate din România, reafirmăm angajamentul Băncii Transilvania de a susține companiile inovatoare, pentru care sustenabilitatea este centrul modelului lor de afaceri. Finanțarea acordată sindicalizat reflectă viziunea comună de a susține tranziția la mobilitatea sustenabilă”, a arătat **Cosmin Călin, Director Executiv Senior Mari Clienți Corporativi, Finanțări Structurate și Factoring, Banca Transilvania**.

„Ca susținători consacrați ai comunității antreprenoriale românești, suntem încântați să fim parte a succesului Moov Leasing, susținând strategia de extindere sustenabilă a companiei. Antreprenorii români vor găsi întotdeauna deschidere la Exim Banca Românească pentru că este misiunea noastră să sprijinim dezvoltarea afacerilor și a economiei oferind companiilor cele mai bune soluții pentru a-și consolida poziția pe piață

sau pentru a-și dezvolta activitatea”, a declarat **Traian Halalai, președintele executiv al Exim Banca Românească**.

Silviu Toma, Director Executiv, Finanțări Structurate și de Proiecte, Raiffeisen Bank a declarat: „Finanțarea Moov Leasing reprezintă o tranzacție inovatoare de tip Sustainability KPI Linked Finance în sectorul de leasing operațional din România. Tranzacția de acest tip își are originea în strategia de sustenabilitate a Moov Leasing cu care a existat o colaborare excelentă și implică aspecte complexe care necesită o coordonare colaborativă între rolul de finanțator și considerentele de sustenabilitate. Privită din acest unghi, colaborarea cu Moov Leasing a reprezentat un punct de referință, iar această inițiativă marchează un pas semnificativ în promovarea soluțiilor sustenabile pe piața financiară.

„Ne bucurăm că am contribuit la structurarea și coordonarea cu succes a acestei finanțări sindicalizate de tip *sustainability-linked loan*, care demonstrează capacitatea Moov Leasing de a-și securiza finanțarea pentru susținerea strategiei de dezvoltare durabilă și totodată potențialul de creștere a pieței creditelor sindicalizate prin structuri sustenabile, în colaborare cu partenerii bancari”, a menționat **Grăția Annamaria Popescu, CEO Sustain LCM Finance**.



Bogdan Speteanu, Co-Fondator Moov Leasing



Tranzacția a fost asistată juridic de Filip SCA (pentru bănci) și Ionescu, Stoica & Asociații (pentru Moov).

Despre Moov Leasing: Moov Leasing, lansată în 2023, este o platformă digitală de leasing operațional care oferă soluții rapide, flexibile și personalizate pentru persoane fizice, microîntreprinderi și IMM-uri. Cu un proces complet digitalizat, Moov Leasing permite aprobarea și semnarea contractelor online în maximum 10 minute. Oferta Moov poate fi accesată atât direct de pe platforma proprie, cât și prin rețeaua extinsă de parteneri. Clienții pot alege durata contractului și serviciile dorite, având posibilitatea de a adăuga opțiuni suplimentare, de a modifica sau achiziționa vehiculul pe parcursul contractului ori de a renunța în orice moment, fără constrângeri financiare pe termen lung. Moov Leasing se remarcă prin flexibilitatea în personalizarea soluțiilor și printr-o experiență digitalizată completă pentru utilizatori. Mai multe detalii despre companie se regăsesc pe: <https://moovleasing.ro/>.

Despre UniCredit Bank: UniCredit Bank este parte a Grupului UniCredit, o Bancă Comercială Pan-europeană cu o ofertă unică de servicii în Italia, Germania, Europa Centrală și de Est. În România, UniCredit

Bank este una dintre principalele instituții financiare, oferind servicii și produse de înaltă calitate pentru toate categoriile de clienți. UniCredit Bank își propune să mențină permanent clientul în centrul activităților sale, să fie un partener cu care se lucrează ușor și să fie o parte activă a comunităților în care își desfășoară activitatea. Grupul răspunde unei game variate de nevoi a clienților săi, printr-o rețea de parteneri specializați: UniCredit Leasing Corporation, UniCredit Consumer Financing, UniCredit Insurance Broker.

Despre Banca Transilvania: BT (BVB: TLV) este bancă universală, acoperă toate segmentele de clienți și linii de business în sectorul financiar. Are 23% cotă de piață, aproape 5 milioane de clienți, peste 10.000 de angajați, soluții de online banking și 530 de sedii în 180 de localități. Dincolo de banking, strategia BT este să aibă impact pozitiv în România - pentru oameni, business și mediu.

Despre Exim Banca Românească: Exim Banca Românească este o bancă universală 100% românească, clasată în top 10 cele mai mari instituții de credit după active. Banca oferă clienților săi corporate o gamă largă de produse și servicii de calitate, acoperind întregul ciclu de finanțare, precum și servicii

tranzacționale – finanțare, garanții, asigurări, produse de trezorerie, administrare de numerar, factoring și finanțare comercială. Exim Banca Românească operează o rețea națională de distribuție formată din 82 de sucursale și 26 de centre de afaceri, cele din urmă fiind dedicate exclusiv companiilor. Această rețea permite băncii să fie aproape atât de clienții persoane fizice, cât și de cei corporate, facilitând implementarea diverselor programe de dezvoltare românești și europene. Pentru mai multe informații: www.eximbank.ro.

Despre Raiffeisen Bank România: Raiffeisen Bank, bancă universală de top, cu capitalizare și lichiditate solide, activează pe piața bancară din România deservind peste 2,3 milioane de clienți, persoane fizice și juridice. De mai bine de 25 de ani, Raiffeisen Bank susține mediul economic din România, oferind produse și servicii financiare dezvoltate pentru a acoperi nevoile clienților. Având ca principiu fundamental responsabilitatea, contribuim la dezvoltarea societății prin finanțarea economiei reale și sustenabile. Totodată, suntem implicați în comunitate, prin susținerea a 5 piloni de dezvoltare: educație, ecologie urbană, sport ca stil de viață sănătos, inovație și, nu în ultimul rând, artă și cultură. Pentru mai multe informații: www.raiffeisen.ro.

România face un pas important în modernizarea transportului feroviar: RELOC Craiova a finalizat certificarea locomotivei electrice de 6000 kW, modernizată cu fonduri din PNRR

RELOC Craiova, membră a GRAMPET Group, marchează un moment important în industria feroviară românească prin obținerea certificării finale pentru locomotiva electrică ELASMO de 6000 kW. Autorizația emisă confirmă introducerea pe piață și reprezintă ultima etapă a acestui amplu proces, parte a unui proiect de modernizare cu o valoare de 91,1 milioane de euro, finanțat prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR).

CERTIFICAREA CARE DESCHIDE NOI ORIZONTURI PENTRU TRANSPORTUL FEROVIAȚ

Autoritatea de Siguranță Feroviară Română (ASFR) a emis Autorizația de punere pe piață, documentul esențial care permite operarea locomotivelor ELASMO pe rețeaua feroviară publică. Această certificare este valabilă pentru toate cele 19 locomotive prevăzute în contractul câștigat de companie prin licitație publică și subliniază angajamentul României pentru un transport feroviar modern și eficient.

Primele 2 locomotive modernizate la RELOC Craiova sunt finalizate, au trecut probele de performanță și urmează să fie livrate beneficiarului. Totodată alte 6 locomotive se află deja în lucru. Au fost introduse pe fluxul de producție și sunt în plin proces de echipare cu motoare electrice de tracțiune asincrone de tip 060 EA1 CA.

„Acest proiect reprezintă o dovadă clară a dedicării noastre pentru inovarea și revitalizarea transportului feroviar românesc. Suntem mândri să aducem în operare tehnologii de vârf care vor transforma întreaga rețea feroviară din România. GRAMPET Group și-a impus



standardele ridicate de excelență și eficiență, investind continuu în dezvoltarea durabilă a acestei industrii.” a declarat **Gruia Stoica, Fondator și Președinte GRAMPET Group.**

INOVAȚIE ȘI PERFORMANȚĂ: LOCOMOTIVELE ELASMO

Locomotivele ELASMO modernizate la RELOC Craiova sunt echipate cu tehnologii de ultimă generație. Acestea integrează sisteme avansate care garantează performanță și fiabilitate de top. Toate subsistemele locomotivelor – de la tracțiune și frânare, la comandă, control și semnalizare – sunt gestionate de un computer de bord produs de RELOC Craiova, un punct central de comandă care optimizează funcționalitatea și siguranța operațiunilor.

UN NOU STANDARD ROMÂNESC ÎN MOBILITATEA FEROVIAȚĂ

Certificarea locomotivei ELASMO simbolizează capacitatea industriei

românești de a livra produse feroviare la standarde europene de excelență. Acest progres este esențial pentru modernizarea transportului feroviar, având un impact profund asupra eficienței, siguranței și sustenabilității infrastructurii naționale.

DESPRE RELOC CRAIOVA

Fabrica RELOC din Craiova are o istorie de aproape 60 de ani și este un reper important în Europa de Sud-Est pentru proiectarea, fabricarea și modernizarea materialului rulant. Din pasiune pentru locomotive, derulează proiecte prin care prelungește ciclul de viață al acestora și le transformă în vehicule de ultimă generație, menite să redefinească viitorul transportului feroviar din România. Prin dezvoltarea constantă a capacităților tehnologice existente, compania membră a GRAMPET Group se asigură că serviciile sale corespund cerințelor clienților.

DESPRE GRAMPET GROUP

GRAMPET Group este prima multinațională românească și un pionier în domeniul dezvoltării de soluții integrate de transport de marfă și logistică. Cu o activitate de peste 25 de ani pe piața locală și europeană – având afaceri în Bulgaria, Ungaria, Republica Moldova, Germania, Croația, Serbia, Grecia, Slovenia și Macedonia – GRAMPET este, astăzi, cel mai mare grup feroviar și operator logistic privat din România și din Europa Centrală și de Sud-Est. Operează 450 de locomotive, 20.000 de vagoane și transportă anual peste 15 milioane de tone de marfă.

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!



POSM Display



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

www.largeformat.globalprint.ro



**FIRMĂ DE
PROIECTARE
ÎN DOMENIUL
ARHITECTURII
ȘI URBANISMULUI**

Arh. CRISTINA PETRO



- **Servicii de proiectare în domeniul arhitecturii și urbanismului**
- **Servicii de inginerie**
- **Servicii de avizare și autorizare**
- **Servicii de avizare și autorizare securitate la incendiu**

CONTACT

Email: cristal_concept_design@yahoo.com
arh.balbu@yahoo.com

Sediu: Tulcea, strada 14 Noiembrie,
nr.5, bloc Arena

0740.898.752

0746.238.823

0753.936.869