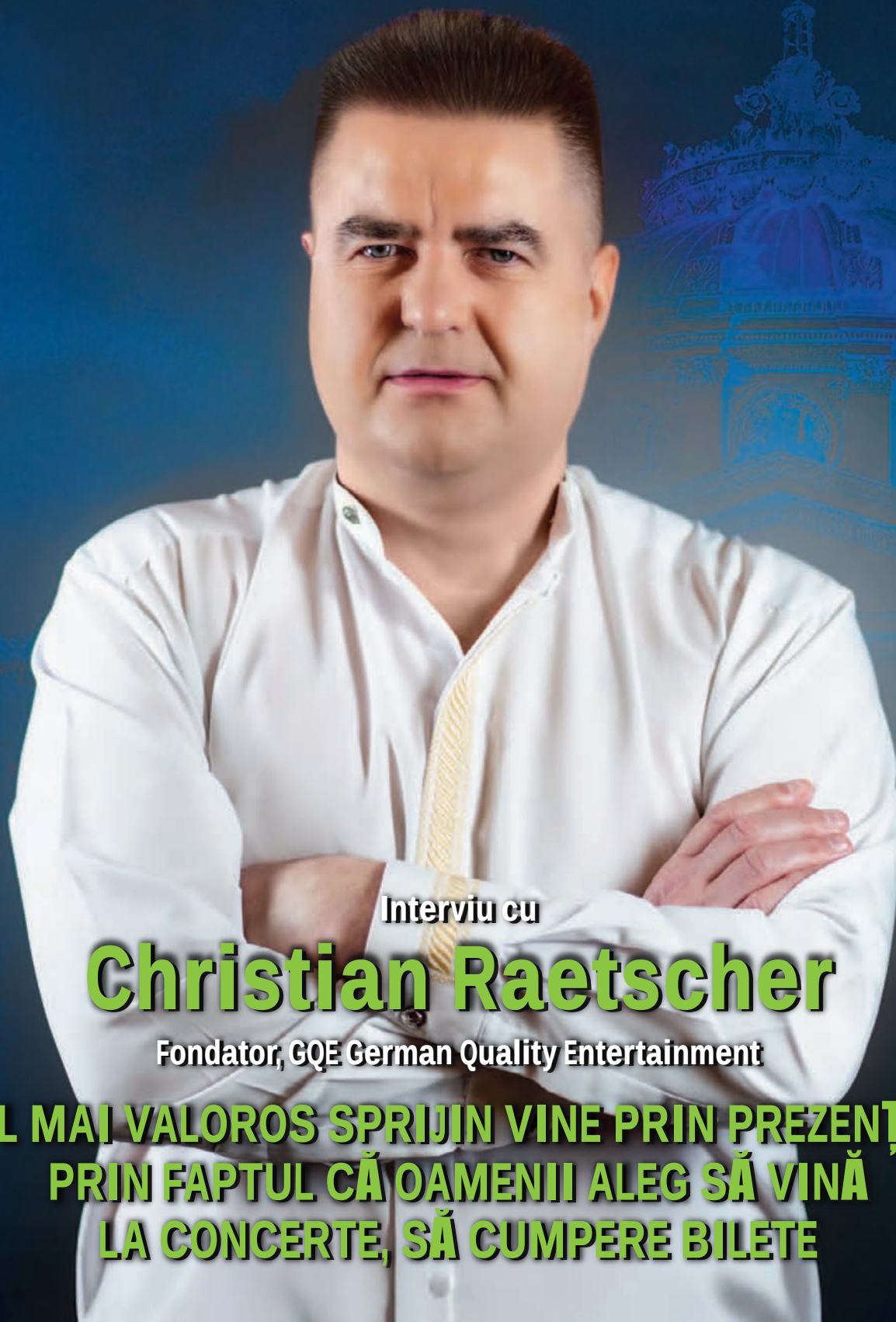




Nr. 24, octombrie 2025

clubantreprenor.ro

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



Interviu cu

Christian Raetscher

Fondator, GQE German Quality Entertainment

**CEL MAI VALOROS SPRIJIN VINE PRIN PREZENȚĂ –
PRIN FAPTUL CĂ OAMENII ALEG SĂ VINĂ
LA CONCERT, SĂ CUMPERE BILETE**

Ambalaje personalizate



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



globalprint

www.tipografia-global-print.ro

Cele mai performante firme din sectoarele 3 și 4, premiate de Camera București



MIRCEA FICA,
Editor Coordonator

Camera de Comerț și Industrie a Municipiului București (CCIB) a găzduit în Aula Carol I din sediul său istoric, evenimentul **Topul firmelor din sectoarele 3 și 4**. Manifestarea a avut ca scop recunoașterea și promovarea celor mai performanți operatori economici cu sediul social în aceste unități administrativ-teritoriale. Gala de premiere a reunit manageri ai companiilor de top din cele două sectoare, alături de reprezentanți ai administrației centrale și locale.

„În 2025, în sectoarele 3 și 4 recunoaștem și

aplaudăm meritele a circa 6.300 de firme, în ușoară creștere față de numărul înregistrat anul trecut, fapt ce denotă reziliența comunității de afaceri, în ciuda provocărilor economice. În ceea ce privește cifra de afaceri, firmele premiate din cele două sectoare au cumulată 134 miliarde de lei (respectiv 26,32 miliarde de euro), în creștere cu 13% față de anul 2024”, a declarat **Iuliu Stocklosa, președintele Camerei București**.

În ceea ce privește structura pe domenii de activitate, cele mai multe companii premiate de Camera București în sectoarele 3 și 4 activează în domeniul serviciilor, fiind urmate de firmele din domeniul comerțului și de cele cu profil industrial. Cumulat, cele trei domenii concentrează aproximativ 81% din firmele laureate la ambele sectoare. Ponderi mai reduse revin cercetării-dezvoltării și high-tech-ul, construcțiilor, turismului și agriculturii.

În cadrul evenimentului, **Doru-Claudian Frunzulică, vicepreședinte cu atribuții de președinte al Agenției Române pentru Investiții și Comerț Exterior (ARICE)** a punctat principalele instrumente de internaționalizare a afacerilor și de atragere de investiții străine oferite de instituția sa

mediului de business. Totodată, a furnizat informații valoroase despre domeniile și piețele care oferă oportunități pentru antreprenorii români care doresc să abordeze piețe noi sau intenționează să dezvolte proiecte investiționale.

„Sectorul 3 a fost mereu un loc al transformărilor. De la un spațiu industrial, am devenit astăzi un sector dinamic, digitalizat, verde și plin de inițiativă privată. Primăria sectorului 3 a înțeles că dezvoltarea nu înseamnă numai infrastructură, ci și încredere. Felicit companiile premiate în această seară, sunteți dovada vie că spiritul de inițiativă este cea mai frumoasă formă de patriotism local”, a subliniat **Daniel Enăchescu, viceprimarul sectorului 3 al capitalei**.

„Astăzi, sectorul 4 este un spațiu pentru oportunități, o zonă în care investițiile publice și cele private merg mână în mână. Reușita aceasta vi se datorează și este rezultatul unui an bun de muncă. Rezultatele s-au văzut imediat, investițiile realizate ne-au adus în poziția de a deveni atractivi pentru investitori și credibili în fața partenerilor economici”, a evidențiat **Alexandru Hazem Kansou, City Manager al sectorului 4**.





4

INTERVIUL EDIȚIEI

Cel mai valoros sprijin vine prin prezență – prin faptul că oamenii aleg să vină la concerte, să cumpere bilete

Interviu cu **Christian Raetscher**,
Fondator, GQE German Quality
Entertainment

NR. 24, OCTOMBRIE 2025

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

PUBLICAȚIE EDITATĂ DE

BDC MEDIA GROUP SRL

REDACȚIA

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

DARIUS BUZGURE, REDACTOR
DARIUS.BUZGURE@CLUBANTREPRENOR.RO

CLARA IONESCU – REDACTOR

PAUL AURSULESEI – REDACTOR

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

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.

CLUB ANTREPRENOR

14 Viziune, Creativitate și Leadership în Antreprenoriul Românesc

Interviu cu **Mioara Iofciulescu**, Președinte Fondator, Academia de Artă Handmade București, Fondator & CEO, Galeria de Artă Handmade, CEO, Atlantis România, Vicepreședintă, Organizația Femeilor Antreprenor, Fondatoarea brandului "Artistry by Mioara Iofciulescu"

20 Mă motivează să construiesc un loc în care pacienții pleacă zâmbind

Interviu cu **Dr. Sînziana Constantinescu**, Fondator, Cabinetul de Stomatologie Sherman Dent

24 Investiția în comunitate a crescut firesc, odată cu businessul

Interviu cu **Florin Bălcan**, Country Manager, Provident Financial România

28 Gândirea sustenabilă și pe termen lung oferă siguranță

Interviu cu **Ionuț Ilie**, Managing Director, Grupo Bimbo România

32 Importurile de mașini second hand Echilibrul dintre necesitățile imediate și poluarea pe termen lung a aerului

Articol de **Raul Cazan**, Președinte al Asociației 2Celsius, membră a rețelei europene Transport&Environment (T&E)

36 Prezențial Club ABC România și MaRa Logistics: Românii care duc know-how-ul logistic românesc la Dubai

Interviu cu **Bogdan Acatrinei**, cofondator al Asociației Kinetobebe

EVENIMENTE

40 Clujul este un model de bune practici la nivel național și european

46 Cine au fost premianții Galei Club Antreprenor, ediția a XXIII-a, 23.09.2025

BUSINESS NEWS

58 TNF 2025: Companiile de top din România generează un profit din exploatare de 25,9 miliarde euro

59 STIHL a investit 125 de milioane de euro la Oradea într-o fabrică dedicată exclusiv producției de echipamente pe acumulatori

60 Grupul Frizon a obținut o finanțare strategică de capital de lucru pentru dezvoltarea pe termen mediu și lung, asistat de PCF Investment Banking

61 Premieră națională: ICI București și POLITEHNICA București construiesc prima AI Factory din România

62 Conferința Națională a Asociației Inginerilor de Instalații din România Ediția 60, 12-14 octombrie 2025, Casino Sinaia, România

64 JTI lansează Ploom AURA în România

POSM Display



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

www.largeformat.globalprint.ro

Cel mai valoros sprijin vine prin prezență – prin faptul că oamenii aleg să vină la concerte, să cumpere bilete

Interviu cu **Christian Raetscher**, Fondator, GQE German Quality Entertainment

Când ați decis să alegeți meseria de impresar artistic și apoi de organizator de evenimente culturale? În ce context?

Încă din copilărie am fost atras de artă, tradiții și de muzică. Am crescut la Gârbova, județul Alba, într-o familie în care muzica era mereu prezentă – tatăl cânta în fanfară, mama în cor, iar eu participam la activitățile locale, baluri săsești, dans etnic, proiecte de cor.

Am învățat să cânt la pian de foarte mic, dar la vârsta de 7 ani am lăsat adevărații talenți să facă performanță, eu retrăgându-mă și dedicându-mă o perioadă copilăriei. Nu pentru foarte multă vreme, pentru că la vârsta de 13 ani, înainte de a pleca din țară, am organizat primul eveniment în comuna natală – un moment definitoriu, pentru că mi-am dat seama cât de mult mă încântă ideea de a aduce împreună artiști și public. Era o energie fantastică, o sinergie hipnotică aș putea spune. Era clar, microbul intrase deja în sânge și nu m-a mai părăsit de atunci. Plecarea în Germania, la adolescență, mi-a dat acces la o altă lume: profesionalism, organizare, standarde înalte. Am început să colaborez cu agenții germane, cu artiști, să învăț cum se pun lucrurile la punct din punct de vedere logistic, contractual, de producție. Asta m-a condus spre decizia de a fi impresar și apoi de a organiza evenimente proprii, cu propria mea viziune.

Ce reprezintă pentru dumneavoastră profesia de impresar & manager cultural și care sunt valorile după care v-ați ghidat în exercitarea acesteia?

Profesia de impresar și manager cultural înseamnă mult mai mult decât tranzacții sau organizare de spectacole: înseamnă responsabilitate față de artă, față de artist și

față de public. Înseamnă înainte de toate omenie. Să fii om!

Valorile mele fundamentale sunt: integritate – să fii de încredere, să ții cuvântul dat; rigurozitate – atenție la detalii, meticulozitate în fiecare pas al organizării; exigență față de calitate – în sunet, în scenografie, în acustică; respect – față de artă, față de oamenii care fac posibil un eveniment; transparență în relațiile cu artiștii și cu partenerii. Mai cred în colaborare: nu poți realiza un eveniment de calitate în izolare, ci trebuie să lucrezi cu parteneri serioși, cu echipe dedicate.

Nu am urmărit niciodată să devin cel mai mare impresar, mari sunt toți. În schimb, mi-am dorit să fiu cel mai simpatic! Din exterior impresarii sunt antipatici, dar realitatea uneori este alta. Și realizez că am reușit să influențez în bine, să fiu cumva un exemplu bun de urmat în acest domeniu al impresariatului cât și în cel organizatoric. Suflu proaspăt și insistent, puțin agasant, dar mereu pregătit. Nume celebre cu priză la public în trecut au fost reintroduse ușor de mine în urmă cu ceva ani, iar acum au mare succes în diverse formate de concerte anii '80 și '90.

Ați plecat din țară cu familia, în 1984, la 13 ani. Cât de mult a contat experiența din Germania (München) pentru cariera dumneavoastră?

Experiența din Germania a fost crucială. Münchenul, cu infrastructura sa, cu stilul de lucru al agențiilor, al firmelor de producție, cu nivelul ridicat al standardelor tehnologice și logistice, m-a învățat ce înseamnă profesionalism adevărat: punctualitate, calitate, respect pentru cuvântul dat, pentru contract, răspundere – nu doar pentru ceea ce se vede, ci și pentru ceea ce nu se vede (sonorizare, backstage, siguranță, detalii tehnice, contabilitatea- plăți, salarii etc).

De cele mai multe ori spun: “cuvântul meu este contract”. Pentru că așa este!

Diferența între un concert bun și unul memorabil stă în aceste detalii invizibile publicului. Totodată, contactul cu artiști și contactul cu impresari internaționali, cu mentalități diferite, m-au format – nu doar ca business, dar și ca om, ca manager, ca negociator.

Când ați fondat German Quality Entertainment? Cum este organizată echipa dumneavoastră?

Am fondat German Quality Entertainment (GQE) în vara anului 2014. Încă de la început mi-am propus un standard: evenimente premium, atenție la fiecare detaliu, să fim cunoscuți pentru calitate, nu pentru cantitate.

Structura echipei reflectă acest scop: avem departamente clare, oameni fideli – booking & impresariat, producție tehnică, logistică, marketing & comunicare, „marketing excentric”, cum îi mai spun, relații cu artiștii, comunicare cu firmele de ticketing, networking excentric și aici, nu se poate fără networking. Și, nu în ultimul rând, management financiar inteligent. Fiecare structură are responsabilitățile sale, dar interdependența este foarte mare: colaborarea între echipe este esențială! În plus, colaborez cu freelanceri și parteneri externi – strategii în comunicare, art directori, ingineri sunet, scenografi, desenatori, bijutieri, echipe de lumini, orchestre, coruri – pe proiecte, astfel încât să aducem expertiza necesară fiecărui tip de spectacol.

Cum vă motivați și stimulați echipa de angajați și colaboratori?

Cred că motivația vine din combinația între pasiune și recunoaștere. Încerc să transmit



mereu viziunea: fiecare eveniment este o lucrare de artă, nu doar un contract. Când echipa vede reacția publicului, când vede că un show s-a desfășurat impecabil, când feedback-ul este pozitiv, aceasta creează satisfacție profesională. Pe lângă asta, mă preocupă să creez condiții bune de muncă: să fie clar cine, ce responsabilitate are, să fie respectat timpul, să fie echipă compensată corect și întotdeauna la timp, nu există altfel, îți pierzi echipa! Să existe transparență, comunicare deschisă, lucrul în echipă.

De asemenea, pe proiecte mari, implic colaboratori de încredere și le ofer libertate

creativă acolo unde e posibil, pentru că ideile bune pot veni de oriunde. Training, discuții post-eveniment, analiza feedback-ului – toate ajută. Noi suntem o fabrică de idei aici. Nu am timp să mă ocup de câte idei îmi vin dimineața în cap și atunci le mai și împărtășesc.

Ce artiști străini ați adus în țara noastră și ce artiști români ați dus în străinătate?

Am avut privilegiul să aduc în România artiști de renume internațional: Simply Red (premieră în România), Richard Clayderman,

Jose Feliciano (premieră în România), Yngwie Malmsteen (premieră în România), Gregorian (premieră în România), Schiller. Desigur, Michael Bolton, ZAZ (premieră în București), Sandra, Chris de Burgh, Nigel Kennedy, Al Di Meola, Thomas Anders Modern Talking Band, Mariza, Joe Lynn Turner (premieră în România), Ara Malikian, Rusanda Panfili, Ana Moura, Ruslana, Los Vivancos și mulți, mulți alții. În curând, alte două premiere în România: Ray Wilson - fostul vocalist Genesis, și Maggie Reilly-voice of Mike Oldfield Band. În cadrul aceluiași eveniment și John Kelly, voice of Kelly Family, premiera în Capitală.

În ceea ce privește artiști români pe care i-am promovat în străinătate și nu numai, am colaborat cu diversi interpreți celebri, actori celebri, balet, coruri, proiecte culturale care reflectă tradiția și identitatea românească – am facilitat contacte și participări la festivaluri, evenimente de cultură în Germania și alte țări, acolo unde managerii/festivalurile solicitau. Este un proces continuu, pentru că succesul în afara țării presupune nu doar talent, ci și strategie, resurse, viziune internațională. Printre artiștii români pot numi: Florin Piersic, Dem Rădulescu, Maria Dragomiroiu, Mirabela Dauer, Corina Chiriac, Mădălina Manole, Ricky Dandel, Dan Spătaru, Cătălin Crișan, Gheorghe Gheorghiu, Valahia, 3 Sud Est, Stela Popescu și Alexandru Arșinel, Jean Constantin, mulți, mulți artiști români. Nu vreau să se supere nimeni. Sigur am omis, nu reușesc să cuprind aici!

Organizați concerte la Ateneul Român, dar și în alte locuri. Ce reprezintă Ateneul pentru dumneavoastră?

Ateneul Român are însemnătate specială pentru mine – este un simbol al culturii românești, al eleganței, al patrimoniului. Să organizez evenimente acolo înseamnă să contribuie la conservarea și promovarea valorilor culturale, la oferirea unui spațiu potrivit pentru concerte de calitate, pentru muzică clasică, muzică de film, spectacole cu orchestre simfonice.

Ateneul impune și un standard "premium" în România: acustică bună, public educat, decor, logistică. Este un spațiu în care se simte responsabilitatea – atât față de artist, cât și față de public.



Cu cât timp înainte de ziua evenimentului / concertului luați legătura cu o orchestră sau cu impresarul acesteia?

În general, cu cât mai devreme, cu atât mai bine. Pentru concerte cu orchestre sau cu artiști mari, idealul este cu un an înainte să înceapă negocierile, să se stabilească contractele, logistica, sala, detaliile tehnice. Dar realitatea uneori impune ajustări: dacă un turneu al orchestrei este anunțat mai târziu sau dacă apar oportunități neașteptate. Pentru concerte mai simple sau locale, termenul poate fi de câteva luni, însă pentru proiecte internaționale sau producții complexe, cu orchestră, decor, transport, aparate de sunet importate, decor de scenă – planificarea devine un proces pe termen lung, detaliat.

Care sunt cele mai mari provocări în organizarea unui concert la Ateneu sau la Sala Palatului?

Sunt mai multe dimensiuni: logistică, acustică, costuri, riscuri operatorii.

Costuri tehnice și acustice: Să obții o sonorizare, iluminat și scenografie care să servească întreaga sală și să ofere experiența pe care o promiți – asta înseamnă investiție, echipamente de calitate, ingineri buni.

Gestionarea spațiului și infrastructurii: Sala Palatului și Ateneul au propriile reguli, limitări de acces, back-stage, acces pentru echipamente voluminoase, transport, montaj, demontaj etc.

Permise, autorizații, securitate: Trebuie să te asiguri că toate autorizațiile sunt la zi, că securitatea publicului și a artiștilor este garantată, că există planuri pentru situații de urgență, aspecte de sănătate și igienă etc.

Riscul vânzării de bilete: Chiar dacă aduci un artist mare, dacă publicul nu are suficientă încredere, dacă prețul

biletelor este peste ce-și permite sau dacă promovarea nu ajunge la toți cei interesați, se pot întâlni surprize neplăcute.

Negocierea cu impresari, cu orchestre internaționale: tarife, condiții tehnice, cerințe speciale – toate acestea trebuie clarificate din timp. Și uite așa, ești ocupat zi de zi, 24 din 24 și 365 de zile pe an. Mă întreba cineva ce fac toată ziua. Concertele par distracție.

Climă și context extern: factori cum ar fi situația economică, fluctuațiile prețurilor la energie, costurile transportului și cazării, disponibilitatea artiștilor etc. Bucătăria internă pe care spectatorii nu o cunosc și care nouă de ocupă tot timpul!

Ce spectacole ați organizat în anul 2025?

În 2025 am desfășurat mai multe proiecte de prestigiu, menite să ridice standardul cultural și să ofere publicului experiențe memorabile: „Ennio Morricone. Muzică De Oscar” cu Orchestra Le Muse, dirijor – Andrea Albertini, special guest- Susanna Rigacci- un adevărat regal adus muzicii de film. Pentru prima oară în România, Quinteto Astor Piazzolla, Oblivion Tour 2025, pentru prima oară pe tărâm autohton! Seria „Classy July la Ateneul Român” – concerte dedicate compozitorilor de muzică de film, cu orchestre internaționale, interpretări de excepție.

„Majestic Summer Concert Gala – 200 Years of Johann Strauss” cu Orchestra Palatului Schoenbrunn din Viena, sub bagheta maestrului Vinicius Kattah, soprana Jennifer Lary și baritonul Marco Di Sapia.

„Hans Zimmer’s Music in Bucharest by La Chapelle Sauvage”, la Ateneul Român – un omagiu muzical dedicat compozitorului Hans Zimmer, interpretat de orchestra La Chapelle Sauvage, cu o super invitată, violonista Rusanda Panfli, chiar violonista din Hans Zimmer Live!

Profesia de impresar și manager cultural înseamnă mult mai mult decât tranzacții sau organizare de spectacole: înseamnă responsabilitate față de artă, față de artist și față de public. Înseamnă înainte de toate omenie. Să fii om!

Experiența din Germania a fost crucială. Münchenul, cu infrastructura sa, cu stilul de lucru al agențiilor, al firmelor de producție, cu nivelul ridicat al standardelor tehnologice și logistice, m-a învățat ce înseamnă profesionalism adevărat: punctualitate, calitate, respect pentru cuvântul dat, pentru contract, răspundere – nu doar pentru ceea ce se vede, ci și pentru ceea ce nu se vede (sonorizare, backstage, siguranță, detalii tehnice, contabilitatea-plăți, salarii etc)

Ce urmează în următoarele luni, ce surprize pregățiți?

Lucrez, împreună cu echipa mea, la mai multe proiecte faine, care vor avea loc în luna cadourilor: „Remember Classy Hits”, la Sala Palatului, ora 19.00- cu artiști și repertorii vizate spre un public care apreciază eleganța, vocea, poveștile din muzică, alături de Maggie Reilly, Ray Wilson, John Kelly și Jan Keizer. Imperial Christmas Gala VI, concert de gală cu tematică vineză, la Ateneul Român, pentru sărbători, pe data de 21 decembrie și 22 decembrie la Ateneul Român, ora 20.00 cu Schoenbrunn Palace Orchestra Vienna. Alte evenimente memorabile: „Symphony of Emotions – Christmas Songs tot alături de Schoenbrunn Palace Orchestra Vienna, pe 21 decembrie la Ateneul Român, de la ora 13.00 și ora 16.00.

Dar în primul semestru al anului 2026?

Pentru începutul anului 2026 plănuiesc: Câteva concerte în premieră, un nou concert Mariza în luna februarie la Sala Palatului, concerte de Crăciun, care să marcheze treceri, să aducă publicul într-o stare festivă. Continuarea seriilor de gală și de muzică de film, deoarece cred că acestea au o rezonanță mare în rândul publicului care caută experiențe artistice mai profunde. Poate extinderea calendarului la nivel național – nu doar București, ci concerte în orașe mai mici, acolo unde există public potențial și infrastructură decentă. Continuarea creșterii calității tehnice: investiții în echipamente, colaborări cu firme de sonorizare și lumină de top, pentru a oferi experiențe de scenă la standarde internaționale. Ne vom propune și creșterea colaborărilor internaționale,

aducerea de orchestre, de soliști recunoscuți, proiecte care să combine muzica, vizualul și scenografia de înaltă clasă.

Dezvoltarea unor proiecte educaționale și culturale — de exemplu workshopuri, invitații pentru tineri, colaborări cu școli de muzică, pentru a stimula interesul pentru muzica clasică și muzica de concert.

Mai multă implicare în promovarea turismului cultural — să legăm evenimentele noastre de experiențele locale, gastronomia, patrimoniul, astfel încât spectatorii să călătorească nu doar pentru concert, ci și pentru mai mult.

Cum apreciați respectarea drepturilor de autor și a drepturilor conexe pentru artiștii români și străini?

Cred că respectarea drepturilor de autor și conexe este fundamentală pentru sănătatea industriei muzicale. Fără protejarea intelectuală, fără plata corectă a drepturilor, nu există motivație pentru artiști să creeze. În România s-au făcut progrese:

organizațiile de gestiune colectivă, legislația, conștientizarea artiștilor și publicului s-au îmbunătățit. Dar mai sunt provocări: unele contracte nu sunt negociate la standarde internaționale, unele manifestări nu respectă toate obligațiile legale privind drepturile conexe. E nevoie de implicare instituțională, de transparență, de aplicare consecventă a legilor, de educație — atât a celor care organizează spectacole, cât și a publicului și artiștilor.

Aveți o serie de companii (parteneri) care vă sprijină în buna organizare a spectacolelor. Puteți să ne spuneți care sunt aceștia?

Da, colaborăm cu mai mulți parteneri esențiali: companii de sonorizare și tehnologie (echipamente de ultimă generație), firme de logistică și transport, agenții de Comunicare Integrată și grafică, marketing online, sponsori corporativi care înțeleg valoarea culturii, restaurante, hoteluri, agenții de pază și protecție, firme de avocatură.

De asemenea, colaborăm cu instituții culturale, autorități locale, săli de spectacole, orchestre și coruri. Fiecare partener are un rol clar — fie tehnic, fie logistic, fie de promovare — și toate acestea trebuie sincronizate. Partenerii care împărtășesc valorile noastre — calitate, integritate, respect pentru artist și public — sunt cei alături de care dezvoltăm proiecte pe termen lung.

Ce avantaje are o firmă care investește în cultură / în artă?

Există numeroase avantaje:

Vizibilitate și branding: asocierea cu proiecte culturale de calitate aduce respect, imagine pozitivă, diferențiere.

Responsabilitate socială: sprijinirea culturii înseamnă sprijinirea identității, educației, coeziunii sociale — ceea ce adaugă valoare imaterială dar foarte percepută.

Acces la public sofisticat: evenimentele premium atrag un public educat, dispus să aprecieze și să consume cultural, dar și să investească în experiențe.

Networking și relații pe termen lung: firmele care susțin arta pot dezvolta parteneriate cu instituții culturale, cu artiști, cu comunități — relații de durată ce pot deschide oportunități neașteptate.

Impact economic local: evenimentele culturale aduc oameni, turism, consum: cazare, transport, restaurante, comerț local — deci contribuie și la economie. Oricum, știm foarte bine care este sprijinul pe care sectorul cultural îl primește de fiecare dată, an de an... Aproape niciun sprijin. Astfel încât, organizarea unui concert reprezintă un real un risc pentru organizatori, în general. Mai ales ca publicul român este total atipic. Dar rămânem optimiști, pozitivi, aceasta este ideea, în fapt, nu-i așa?

Ce trebuie să facă o companie sau o persoană fizică care dorește să vă susțină? Cum ia legătura cu echipa dumneavoastră?

Oricine dorește să sprijine GQE German Quality Entertainment — fie companie, fie persoană fizică — este binevenit să ne contacteze direct prin departamentul





nostru de comunicare și parteneriate, la adresa pr@gqentertainment.ro sau prin intermediul site-ului și al paginilor oficiale de social media. Fiecare mesaj primește un răspuns personalizat, pentru că tratăm orice propunere cu seriozitate și deschidere. În ceea ce privește companiile, colaborarea poate lua forma unui parteneriat de imagine, a unei sponsorizări culturale, a unui sprijin logistic sau tehnic. Ceea ce contează pentru noi este compatibilitatea valorilor – ne dorim parteneri care respectă și înțeleg cultura, calitatea reală și nevoile publicului. Construim relații durabile, nu parteneriate ocazionale: implicarea unei firme într-un proiect GQE devine un gest de responsabilitate culturală și socială, dar și o investiție în reputație și prestigiu.

PUBLICUL DĂ SENS ÎNTREGII NOASTRE ACTIVITĂȚI. PUBLICUL MENȚINE UN ECOSISTEM CULTURAL SĂNĂTOS

Pe de altă parte, publicul din România are un rol mult mai important decât își imaginează, pentru că este cel care dă sens întregii noastre activități. Cel mai valoros sprijin vine prin prezență – prin faptul că oamenii aleg să vină la concert, să cumpere bilete, să recomande evenimentele noastre prietenilor, să împărtășească experiența pe rețelele sociale. Fiecare spectator care intră în sala Ateneului sau a Sălii Palatului devine parte din povestea noastră și ajută la menținerea unui ecosistem cultural sănătos. Sprijinul publicului poate însemna



Ceea ce contează pentru noi este compatibilitatea valorilor – ne dorim parteneri care respectă și înțeleg cultura, calitatea și publicul. Construim relații durabile, nu parteneriate ocazionale: implicarea unei firme într-un proiect GQE devine un gest de responsabilitate culturală și socială, dar și o investiție în reputație și prestigiu.

și implicare activă: feedback constructiv, propuneri de proiecte, sugestii de artiști, voluntariat, sau chiar mici contribuții financiare prin campanii dedicate susținerii culturii independente. În ultimii ani am observat că publicul român a devenit mai atent, mai curios, mai implicat – și asta ne dă speranță. Cultura are nevoie de o comunitate vie în jurul ei. Ceea ce ne dorim, în esență, este să construim o comunitate de oameni care cred în artă, în calitate și în emoția autentică. Iar fiecare gest de sprijin – de la un parteneriat strategic până la o postare de apreciere – contează enorm. Pentru că doar împreună putem menține standardele pe care ni le-am asumat și putem continua să aducem în România experiențe muzicale demne de marile scene ale lumii.



Terapie prin muzică

Classy

EVENTS

by

*German Quality
Entertainment*

2025

www.GQEntertainment.ro



VOICE OF **MIKE OLDFIELD BAND**

MAGGIE REILLY
MOONLIGHT SHADOW
TO FRANCE

GENESIS CLASSIC

RAY WILSON
ANOTHER DAY IN PARADISE
IN THE AIR TONIGHT

VOICE OF **THE KELLY FAMILY**

JOHN KELLY
FELL IN LOVE WITH AN ALIEN
AN ANGEL

THE ORIGINAL
VOICE OF **BZN**

JAN KEIZER
BLUE EYES
DANCE DANCE

REMEMBER CLASSY HITS

LIVE @ SALA PALATULUI
8 DECEMBRIE - 19⁰⁰



PROMART

#hashtag

SALVAM

SUNNY MONDAY



DETALII BILETE PE

WWW.GQENTERTAINMENT.RO



GERMAN QUALITY
ENTERTAINMENT

Magic FM
always great music

BlackCab



SSG Group

AKB SECURITY SOLUTIONS

GEVO

ASOCIATA CERO



GERMAN QUALITY
ENTERTAINMENT

Magic FM
always great music



SCHOENBRUNN PALACE ORCHESTRA VIENNA

Symphony of Emotions

CHRISTMAS SONGS

21 DECEMBRIE - ATENEUL ROMÂN - 13⁰⁰

BlackCab

BALK
TRAVEL
RO

Detalii bilete pe www.GQEntertainment.ro

SSG Group

AKB SECURITY
SOLUTIONS

THE
PUB
FILIPPO BRUNO BAR
UNIVERSITATII

ACADEMIA DE FOTIE
CR
1990
CASA DE

PROMARKT

#hashtag

SALVAM

SUNNY
MONDAY

ELI

GEVO

ASOCIATA
CREO



GERMAN QUALITY
ENTERTAINMENT

IMPERIAL VI CHRISTMAS GALA

Magic FM
always great music



SCHOENBRUNN PALACE ORCHESTRA VIENNA

21 DECEMBRIE - 20⁰⁰
ATENEUL ROMÂN



BlackCab

BALH
CULTURAL
ZON

THE
PUB
CULTURAL
UNIVERSITATII

CR
CULTURAL
RESEARCH

PROMART

#hashtag
PRODUCTION

SALVAM

SUNNY
MONDAY

ATZ
CULTURAL
RESEARCH

SSG Group
AKB SECURITY
SOLUTIONS

GEVO
CONTRACTS

ASOCIATIA
CREDO

DETALII BILETE PE

WWW.GQENTERTAINMENT.RO

Viziune, Creativitate și Leadership în Antreprenoriatul Românesc

Interviu cu **Mioara Iofciulescu**, Președinte Fondator, Academia de Artă Handmade București, Fondator & CEO, Galeria de Artă Handmade, CEO, Atlantis România, Vicepreședintă, Organizația Femeilor Antreprenor, Fondatoarea brandului “*Artistry by Mioara Iofciulescu*”

Prin intermediul activității sale, Mioara Iofciulescu a reușit să pună Bucureștiul pe harta creativității europene, să aducă împreună generații de artiști și să demonstreze că excelența și inovația pot merge mână în mână. De la înființarea Academiei de Artă Handmade București, la realizarea expoziției ROYAL dedicată Reginei Maria și lansarea brandului de design vestimentar “Artistry by Mioara Iofciulescu”, până la recunoașterea internațională în albumul „100 de artiști din Europa”, parcursul său profesional este definit prin curaj, pasiune, seriozitate și determinare.

Aveți un parcurs profesional complex, activând în diferite domenii, de la științe juridice și administrarea afacerilor, până la jurnalism, artă și design vestimentar. Cât de mult valorează talentul și cât de importante sunt pregătirea academică și practică în dezvoltarea unei cariere de succes?

Activitatea mea profesională a început când aveam doar 17 ani, iar primul domeniu a fost mass media, o industrie pe care am îndrăgit-o mereu și în care continui să lucrez. În prezent scriu pentru diferite publicații - *Ziarul News*, *Business Voice* sau revista *Contemporanul* a Academiei Române, iar de doi ani realizez emisiunea “*Artă cu Suflet*” la *Tele7abc*, una dintre primele televiziuni private din România. În 2004 am descoperit industria de real estate și am înțeles că administrarea afacerilor și gestionarea unor portofolii de milioane de euro necesită atât viziune și intuiție, cât și pregătire academică temeinică. Activez în dezvoltare imobiliară de peste douăzeci de ani, timp în care mi-

am pus amprenta pe câteva ansambluri rezidențiale, am interferat și cu domeniul turistic, iar de câțiva ani lucrez și la proiecte care aduc în prim plan producția de energie verde.

De șase ani am descoperit arta handmade și am înțeles că este un domeniu cu un potențial imens, românii fiind oameni foarte talentați, dar breasla artiștilor și a artizanilor necesită organizare și reglementare pentru a se putea dezvolta și pentru a-și arăta adevărata valoare.

În cei peste 25 de ani de activitate în diferite industrii, am înțeles că este nevoie de talent și abilitățile specifice fiecărui domeniu, dar fără o pregătire academică serioasă care să pună bazele teoretice, fără o instruire practică temeinică pentru a dobândi experiență și fără muncă, implicare, seriozitate și responsabilitate nu poți avea o carieră de succes și nu poți dezvolta proiecte care să aibă un impact real și care să aducă un plus de valoare în societate.

Consider că educația este un proces continuu, indiferent de vârstă sau meserie,

și pentru fiecare domeniu în care îmi desfășor activitatea am urmat cursuri de specialitate. Sunt licențiată în comunicare și relații publice, dar și în științe juridice, cu specializări în drept civil și dreptul afacerilor, am absolvit cu distincție un program de master în administrarea afacerilor la Tiffin University (SUA), am urmat cursuri de arte combinate și design vestimentar, iar în prezent sunt doctorand în muzeologie la Londra.

Mulți cititori sunt curioși să afle ce a stat la baza deciziei de a pune bazele unei academii dedicate artei handmade, o inițiativă rar întâlnită pe piața românească. De ce ați înființat această organizație și de ce ați numit-o tocmai Academie?

Ideea Academiei de Artă Handmade București s-a născut dintr-o dorință profundă de a crea un spațiu autentic în care creativitatea să poată înflori fără constrângeri. În România sunt puține locuri unde oamenii să poată experimenta, învăța și crea într-un mod liber. Motivația mea a pornit din convingerea că oricine are potențial artistic, dacă primește îndrumarea potrivită. Așa a apărut acest ONG – ca o punte între pasiune și cunoaștere, între talent și excelență.

Am fost întrebată chiar de către academicieni de ce am ales să-i spun **Academie** acestei organizații. Tocmai pentru că am proiectat-o să devină un reper educațional pentru cei care doresc să se specializeze în diferite tehnici de lucru manual, dar și o rampă de lansare pentru cei mai talentați artiști, o instituție care validează și promovează excelența.



Codul Ocupațiilor din România nu include meserii relevante pentru acest domeniu, nu există standarde ocupaționale și cursuri acreditate pentru diferitele tehnici de lucru manual, nu mai există școli de arte și meserii, nu există o lege care să reglementeze breasla artiștilor și a meșteșugurilor tradiționale, prin urmare avem multe lucruri de făcut, iar toate acestea se numără printre obiectivele noastre.

Academia de Artă Handmade București a devenit un punct de referință, atât pentru artiști, cât și pentru publicul pasionat de artă. Care au fost cele mai importante proiecte de până acum și cum ați reușit să influențați comunitatea artistică?

Sunt deosebit de mândră de impactul pe care Academia l-a avut în cei patru ani de activitate. Primul nostru proiect a fost **Concursul Național „Artă cu Suflet”**, pe care îl organizăm în fiecare an, încă din 2021. Am avut sute de lucrări înscrise la cele cinci ediții de până acum și am acordat câteva zeci de premii care au validat talentul, creativitatea și măiestria artiștilor români.

Nu lipsesc din portofoliu nici activitățile de promovare, având deja în palmares XIII expoziții de artă handmade, care s-au desfășurat în locații emblematice și în parteneriat cu instituții prestigioase din țară și din străinătate. Am adus în fața publicului concepte expoziționale unice, care au explorat teme de mare interes, de la unicitatea diferitelor tehnici de lucru manual și îmbinarea tradiției cu modernitatea, până la subiecte de actualitate precum rolul femeii în societate sau celebrarea vieții și personalității Reginei Maria prin artă.

De asemenea, în parteneriat cu Muzeul Național al Literaturii Române, am demarat seria **Conferințelor Naționale “Moștenirea Culturală a României”**, evenimente prin care dorim să evidențiem valoarea și complexitatea patrimoniului cultural românesc, să celebrăm artiștii români și să contribuim la dezvoltarea unei strategii culturale coerente pentru țara noastră. Cea de-a III-a ediție a acestei conferințe va avea loc pe 16 martie 2026, la Teatrul Dramaturgilor din București și va aduce în prim plan opera marelui sculptor Constantin



Mioara Iofciulescu și acad. Mircea Dumitrescu

Brâncuși, dar și a pictoriței Margareta Sterian, alături de oameni de cultură, critici de artă și specialiști de renume mondial. În toate aceste demersuri ne sunt alături inclusiv membri ai Academiei Române, academicianul Mircea Dumitrescu fiind Președinte de Onoare al Academiei de Artă Handmade București, iar academicianul Georgeta Filitti numărându-se printre lectorii principali ai conferințelor noastre.

Expoziția ROYAL, organizată anul acesta și dedicată Reginei Maria, a generat interes major atât în rândul publicului, cât și în rândul istoricilor și al criticilor de artă. Care a fost conceptul din spatele acestui proiect și ce impact a avut până acum?

Regina Maria a fost o sursă inepuizabilă de inspirație pentru mine, nu doar ca suverană,

ci ca model de feminitate, forță și rafinament. Având în vedere faptul că în 2025 celebrăm 150 de ani de la nașterea sa, expoziția ROYAL și-a propus să aducă în contemporaneitate simbolurile regale, reinterpretate prin artă vestimentară, bijuterie, pictură, artă grafică și decoruri.

Am dorit să transmit esența eleganței și curajului reginei, să evoc spiritul ei vizionar și dragostea pentru tradițiile românești, printr-un concept expozițional unic care s-a bucurat de un mare succes atât în rândul publicului, cât și în rândul specialiștilor. Expoziția este construită în jurul colecției vestimentare semnate de mine, pe care am și intitulat-o Regina Maria, și conține 150 de lucrări realizate de 15 artiști români. Printre acestea se numără și una dintre coroanele reginei, reconstituită în format digital și apoi tăiată cu laserul, operă care îi aparține soțului meu, Radu Iofciulescu.

După impactul răsunător pe care l-a avut la București, în luna iulie, când a fost prezentată în premieră absolută la Muzeul Național al Literaturii Române, am organizat un turneu național și internațional, astfel încât zeci de mii de vizitatori au putut admira deja colecțiile inspirate de viața și personalitatea Reginei Maria la Castelul Balcic din Bulgaria în luna august, la Muzeul Cărții și Exilului Românesc din Craiova în luna septembrie sau la Palatul Braunstein din Iași în cursul lunii octombrie.

Calendarul continuă cu Muzeul Național de Istorie din Chișinău, unde expoziția va fi prezentă în perioada 2 decembrie 2025 – 4 ianuarie 2026, cu vernisaj chiar pe 2 decembrie, în preajma Zilei Naționale a României, apoi la Castelul Peleș, în perioada 7 ianuarie – 15 martie 2026.

Ne dorim să ajungem și la Bruxelles, chiar în Parlamentul European, la Roma, având în vedere că urmează Anul Cultural Italia-România, dar și la New York, dat fiind faptul că în 2026 se împlinesc 100 de ani de la turneul Reginei Maria în Statele Unite ale Americii, aceste destinații fiind condiționate de resursele materiale pe care le vom putea atrage prin intermediul parteneriatelor și al sponsorizărilor.

Impactul expoziției a depășit așteptările și a generat un val de aprecieri naționale și internaționale. Sub deviza *“Frumosul se naște din suflet”*, această expoziție a unit generații diferite sub semnul regalității și al artei.



Artistry by Mioara Iofciulescu este brandul sub care vă puneți în valoare creativitatea în domeniul designului vestimentar. Cum a luat naștere acest concept și care este filosofia sa?

În 2024 am implementat un proiect StartUp Nation în cadrul Galeriei de Artă Handmade, prin care am înființat un atelier de design vestimentar, croitorie și broderie, iar anul acesta am lansat trei colecții vestimentare sub brandul "Artistry by Mioara Iofciulescu".

Artistry este un cuvânt ce provine din limba engleză, care înseamnă măiestrie. Am folosit acest termen pentru prima dată pentru a denumi una dintre expozițiile pe care le-am organizat în toamna anului trecut, care a inclus colecții de bijuterii și decorațiuni inspirate din operele literare românești. Îmi place să creez lucrări deosebite, folosind diferite tehnici de lucru manual, de la modelaj, pictură sau gravură, până la bijuterii sau ținute vestimentare, ducând acest proces la nivel de artă, cu atenție deosebită la detalii și la mesajul pe care îl transmite fiecare piesă ce iese din mâinile mele, măiestria fiind un ideal la care îmi doresc să aspire tot mai mulți oameni.

Am început cu piese unicate, realizate manual, inspirate din ținute tradiționale, reinterpretate modern. Filosofia brandului constă tocmai în îmbinarea autenticității cu eleganța și funcționalitatea. Fiecare colecție are o poveste, reprezintă un liant între trecut și prezent, pentru a pune în valoare personalitatea femeilor care poartă aceste ținute.

Dincolo de colecțiile destinate vânzării, care includ ținute unicate și serii foarte mici pentru business sau evenimente luxury, creez colecții de artă, în scop cultural, inspirată fiind de personalități sau curente istorice și artistice, cum este Regina Maria.

De-a lungul carierei, ați primit mai multe premii și trofee pentru activitatea dumneavoastră. Acum ați fost inclusă și în prestigiosul album "100 de artiști din Europa" cu colecția vestimentară dedicată Reginei Maria. Ce a însemnat această recunoaștere pentru dumneavoastră și pentru brandul pe care îl reprezentați?



Albumul "100 de artiști din Europa" este un proiect inițiat în Italia, iar includerea mea în acest proiect reprezintă o mare bucurie și o validare a muncii depuse de-a lungul anilor. Deși lucrez cu multe tehnici artistice, am decis să particip la selecția riguroasă, pe care a făcut-o un juriu de specialitate, ca designer vestimentar, cu colecția Regina Maria, pe care am creat-o în scop cultural și care s-a remarcat prin autenticitate, respect pentru istorie, calitatea execuției și conceptul de prezentare într-un cadru muzeal. Pentru mine, această recunoaștere este dovada vie că rădăcinile noastre culturale au ecou dincolo de granițe, iar arta românească poate sta la aceeași masă cu marile nume europene. Mă onorează faptul că reprezint România și în acest context, putând astfel să promovez originalitatea artiștilor români, atât în modă, cât și în alte domenii creative.

Pentru brandul „Artistry by Mioara Iofciulescu”, care este unul foarte tânăr, aflat la început de drum, înseamnă vizibilitate crescută, colaborări noi și dovada faptului că prin muncă și seriozitate rezultatele nu întârzie să apară.

Pe lângă activitatea desfășurată în domeniul artistic, sunteți și CEO al grupului Atlantis România. Cum reușiți să gestionați provocările din business și care sunt proiectele prioritare ale companiei?

Când am preluat conducerea Atlantis România, în 2013, după ce trecusem printr-

o criză economică mondială, am știut că drumul nu va fi ușor. Într-o piață competitivă, cheia succesului constă în adaptabilitate, inovație și capacitatea de a dezvolta afaceri în mai multe domenii de activitate.

Suntem parte a unui grup elvețian care activează de peste 25 de ani, la nivel mondial, în dezvoltare imobiliară, logistică, turism și îngrijiri medicale. Pe piața din România suntem prezenți din 2006, investițiile prioritare fiind în achiziția de active și dezvoltarea imobiliară în scop rezidențial. În ultimii ani ne-am orientat și către dezvoltarea de spații comerciale, dar și către producția de energie din surse regenerabile.

Prioritare pentru noi sunt dezvoltarea de parcuri fotovoltaice și construcția de proiecte mixte, rezidențiale și comerciale, care să utilizeze energia verde și care să devină un etalon pentru reducerea amprente de carbon. Viziunea mea este ca Atlantis România să devină un reper de profesionalism și un incubator de proiecte. Îmi place să cred că, asemeni unui alchimist, transformăm potențialul în performanță.

Activați atât în mediul non-profit, cât și în zona patronală, fiind vicepreședinta Organizației Femeilor Antreprenor – OFA. Care este misiunea acestei organizații și care sunt proiectele sale de impact?

Organizația Femeilor Antreprenor (OFA) este un patronat care a luat naștere în primăvara anului 2020, din dorința de a promova leadershipul feminin, de a aduce

În atenția decidenților valoarea viziunii feminine și de a crește importanța rolului femeii în societate, în economie sau în politică.

În toți acești ani am militat pentru etică în afaceri și pentru egalitate de șanse și oportunități între femei și bărbați, am participat la sute de negocieri cu reprezentanți ai guvernului și am inițiat zeci de proiecte menite să susțină activitatea IMM-urilor din România.

De asemenea, OFA este membru fondator al Federației pentru Inovare și Competitivitate Sustenabilă în IMM-uri (FICSIMM), for patronal ce facilitează dialogul între antreprenori și autoritățile naționale și europene, dar și între IMM-uri și organizații internaționale, pentru a asigura un mediu de afaceri prosper, inovator și responsabil.

Obiectivele noastre sunt clar definite și orientate către consolidarea unei economii sustenabile și moderne. Continuăm să ne implicăm în inițierea și implementarea de politici economice eficiente, care să sprijine dezvoltarea și modernizarea IMM-urilor. Prin activitatea pe care o desfășurăm, promovăm progresul managerial și tehnologic, dar și ocuparea forței de muncă prin programe de formare și specializare a angajaților.

Aveți o agendă zilnică pe care puțini oameni ar putea să o gestioneze. Cum reușiți să mențineți echilibrul între viața personală și cea profesională?

Nu ascund că acest echilibru este o provocare continuă, dar succesul meu se datorează în mare parte familiei. Atunci când ai o mamă care renunță la tot ca să te ajute să îți crești copilul în siguranță, când ai un soț care te susține și te încurajează, când ai un copil extrem de deștept și de responsabil, grijile pentru activitățile domestice nu mai sunt atât de mari și reușești să acorzi mai multă atenție carierei. Chiar și așa, sunt momente când sacrifici puținul timp personal pentru a finaliza un proiect sau pentru a susține echipa. De-a lungul timpului, am învățat să prioritizez ceea ce contează cu adevărat și să îmi găsesc inspirația în comunicarea cu divinitatea, în natură și în micile bucurii ale vieții. Cred că e important să anticipezi



Mioara și Radu Iofciulescu

perioadele aglomerate și să-ți acorzi timp pentru refacere.

Am urmat diferite cursuri de dezvoltare personală și practic diferite tehnici spirituale care mă ajută să îmi dezvolt intuiția, să anticipez rezultate și să fac predicții realiste. Mă bucur de momentele petrecute cu cei dragi, mai ales în vacanțe și în călătorii, acestea fiind sursa mea de energie și creativitate.

Într-o lume în care granițele dintre artă și business par, uneori, de netrecut, dumneavoastră ați demonstrat că pasiunea și viziunea pot construi adevărate punți. Sunteți un exemplu de leadership vizionar, reușind să excelați atât în artă, cât și în antreprenariat. Care sunt principiile pe care le urmați și ce sfaturi aveți pentru cei care doresc să reușească în mai multe domenii?

Leadershipul autentic pornește de la cunoașterea de sine și de la respectul pentru oameni. Am învățat că trebuie să fii mereu

elev, să ascuți și să te adaptezi. Am aplicat principiile colaborării, perseverenței și eticii în tot ceea ce fac. Nu cred în limite impuse, ci în depășirea lor prin învățare și curaj. Nu am avut mentori, dar am crezut mereu în puterea exemplului. Pentru mine, leadershipul înseamnă să fii primul care deschide ușa și ultimul care o închide. Mă ghidez după principiile integrității, curajului și respectului față de oameni. Întotdeauna am considerat că succesul adevărat se măsoară prin impactul pe care îl ai în comunitatea din care faci parte, de aceea am promovat mereu tineri artiști, am susținut copii ce provin din medii defavorizate și am sprijinit cauze umanitare. Celor aflați la început de drum, le spun mereu: "Îndrăzniți să visați, dar munciți pentru visul vostru!" Comunității de antreprenori îi transmit să-și urmeze valorile, să investească în educație și să nu se teamă de eșec. În afaceri, ca și în artă, trebuie să ai curajul să ieși din zona de confort, iar munca și perseverența vor fi mereu răsplătite.



MOZART
chocolate
LIQUEUR

ALL NATURAL INGREDIENTS
With Belgian Chocolate

MOZART
chocolate
CREAM

17% vol. SAHNELIKÖR CREAM LIQUEUR e500ml

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

Mă motivează să construiesc un loc în care pacienții pleacă zâmbind

Interviu cu Dr. Sînziana Constantinescu,
Fondator, Cabinetul de Stomatologie Sherman Dent



Care au fost principalele motive și inspirații care au stat la baza înființării Cabinetului de Stomatologie Sherman Dent? Prin ce se remarcă acesta?

„Sherman Dent” s-a născut dintr-un vis vechi de copil: să am propriul cabinet. Numele „Sherman” l-am ales încă din anii de facultate, ca pe o promisiune făcută mie însămi că voi construi ceva care să dureze. M-a inspirat sequoia — uriașul care crește încet, dar sigur. Pentru mine, „Sherman” înseamnă leadership și strategie: decizii clare, viziune și plan pe termen lung; înseamnă hotărâre și reziliență, curaj și disciplină, standarde ridicate și execuție atentă. E despre longevitate și stabilitate, despre o creștere organică, cu rădăcini adânci, și despre o prezență care se vede prin rezultate, nu prin vorbe.

Am ales să deschid cabinetul aproape de casă pentru a fi mai aproape de cei dragi — sunt mamă a trei copii — și pentru a oferi pacienților un loc cald, în care grija reală pentru oameni se întâlnește cu rigoarea profesională. Această apropiere de familie se regăsește în felul în care lucrăm: cu răbdare, consecvență și atenție la detalii, indiferent că vorbim despre un copil la prima consultație sau despre un plan complex de reabilitare orală. Prin ce se remarcă Sherman Dent? Prin planuri de tratament gândite pe termen lung, calitate care rezistă, protocoale clinice disciplinate și o comunicare transparentă cu pacientul. Punem accent pe prevenție și educație, pe soluții minim invazive și pe o evoluție sănătoasă — pas cu pas, așa cum crește o sequoia. Pe scurt, este un brand cu rădăcini puternice și privirea sus: un loc unde emoția întâlnește excelența și unde promisiunile sunt duse la bun sfârșit.



Care sunt principiile sau valorile care stau la baza serviciilor oferite de Sherman Dent?

Într-o lume în care ritmul vieții este tot mai alert, grija pentru sănătate – și mai ales pentru sănătatea dentară – rămâne o dovadă de respect față de noi înșine. În spatele fiecărui tratament reușit stau nu doar tehnologia și experiența medicală, ci și valori umane profunde: respect, empatie și profesionalism.

Pentru mine, ca medic, serviciile stomatologice nu înseamnă doar corectarea problemelor dentare, ci mai ales redarea încrederii și a confortului. Fiecare pacient merită să fie ascultat, înțeles și tratat cu grijă, într-un mediu sigur și primitor. Relația medic-pacient este un parteneriat bazat pe comunicare deschisă, încredere și responsabilitate reciprocă.

La baza practicii stomatologice moderne stau câteva principii fundamentale: etica profesională, care ne ghidează să acționăm

exclusiv în interesul pacientului; competența și educația continuă, care ne permit să folosim cele mai noi tehnici și materiale; și empatia, care transformă vizita la cabinet într-o experiență pozitivă.

Înainte de a deschide propriul Cabinet, ai activat la o clinică renumită, timp de peste 10 ani. Cum percepeți acum dublul rol, de proprietar / manager și de doctor stomatolog?

Înainte de a deschide propriul cabinet, am avut privilegiul de a activa timp de peste zece ani într-o clinică renumită, unde am învățat ce înseamnă cu adevărat excelența în actul medical – nu doar din perspectiva tehnică, ci și din cea umană. Acea experiență m-a format nu doar ca medic, ci și ca om: m-a învățat răbdarea, disciplina, importanța echipei și, mai presus de toate, respectul față de pacient. Astăzi, în calitate de proprietar și manager al Sherman Dent, privesc acest dublu rol ca pe o provocare

“ —
Pentru mine, „Sherman” înseamnă leadership și strategie: decizii clare, viziune și plan pe termen lung; înseamnă hotărâre și reziliență, curaj și disciplină, standarde ridicate și execuție atentă. E despre longevitate și stabilitate, despre o creștere organică, cu rădăcini adânci, și despre o prezență care se vede prin rezultate, nu prin vorbe.

frumoasă și o responsabilitate profundă. A fi medic înseamnă să vindec și să fii aproape de oameni, iar a fi manager înseamnă să creezi cadrul ideal în care acea grijă poate prinde formă – printr-o echipă motivată, o organizare eficientă și o viziune clară orientată spre calitate. Medicina rămâne sufletul profesiei, managementul este mijlocul prin care îi dau continuitate.

În fiecare decizie managerială, pun pe primul loc confortul și siguranța pacientului, iar în fiecare act medical, adaug gândirea strategică necesară pentru a oferi servicii sustenabile și la standarde europene.

Dublul rol de medic și manager nu este ușor, dar este extrem de împlinitor. Mă motivează să construiesc un loc în care pacienții pleacă zâmbind, iar echipa vine cu plăcere la muncă. Pentru mine, aceasta este adevărata reușită — echilibrul dintre pasiunea pentru medicină și responsabilitatea de a conduce o instituție dedicată oamenilor.

Cum a evoluat relația cu pacienții de-a lungul anilor? Care sunt motivele care au determinat fidelizarea acestora?

Consider că relația cu pacienții se construiește prin încredere, empatie și consecvență.

De-a lungul anilor, relația mea cu pacienții a evoluat firesc, odată cu experiența profesională și cu dorința constantă de a oferi mai mult decât un simplu tratament stomatologic. La început, pacienții veneau cu teamă sau neîncredere, iar cea mai mare provocare era să le arăt că în cabinetul meu nu sunt doar pacienți, ci oameni — oameni

cu emoții, povești și nevoi individuale. Astăzi, pot spune cu bucurie că acea relație s-a transformat într-un parteneriat autentic bazat pe respect reciproc, comunicare sinceră și rezultate durabile. Încrederea nu se câștigă peste noapte; se construiește prin consecvență, prin atenția la detalii și prin grija sinceră față de binele pacientului. Unul dintre principalele motive care au dus la fidelizarea pacienților a fost transparența — am considerat întotdeauna important ca oamenii să înțeleagă planul de tratament, opțiunile disponibile și motivele din spatele fiecărei recomandări. De asemenea, calitatea constantă a serviciilor, atmosfera

prietenoasă din cabinet și disponibilitatea echipei de a oferi sprijin chiar și în afara programului obișnuit au contat enorm. Cred cu tărie că fidelizarea pacienților nu se obține prin promisiuni, ci prin fapte. Când un pacient pleacă zâmbind, fără durere și cu încredere că a fost tratat cu grijă și respect, știi că ai construit o relație pe termen lung. Aceasta este, de fapt, cea mai frumoasă recompensă pentru un medic.

Care sunt cele mai frecvente probleme pe care le au pacienții care vin să se trateze la clinica dumneavoastră?

În cabinetul nostru, observăm frecvent că pacienții ajung adesea prea târziu. Mulți vin abia atunci când durerea devine insuportabilă sau când problemele dentare au avansat semnificativ. Din păcate, în aceste situații, dinții sunt uneori ireparabili sau afectarea osoasă este foarte mare, ceea ce face ca tratamentele să fie complexe, costisitoare și uneori greu de realizat. Cele mai frecvente probleme pe care le întâlnim includ carii profunde, afecțiuni parodontale avansate, rezorbții osoase și probleme de ordin estetic și funcțional (masticție și fonație), care necesită proceduri complexe, implanturi sau tratamente reconstructive multiple. În aceste cazuri, succesul depinde nu doar de experiența medicului, ci și de cooperarea pacientului și de starea biologică existentă.

Numărul pacienților care solicită restaurări dentare este în creștere. Cu ce soluții veniți în sprijinul acestora?

La Sherman Dent răspundem cu soluții rapide, sigure și estetice nevoilor și venim în sprijinul pacienților cu o gamă completă de opțiuni moderne, adaptate fiecărui caz în parte și realizate cu tehnologie digitală de ultimă generație.

Folosim restaurări CAD/CAM — coroane, fațete dentare, inlay-uri și onlay-uri realizate rapid, cu precizie și adaptare optimă în scaun. Aceste proceduri permit refacerea funcțională și estetică a dinților, reducând timpul petrecut în cabinet și oferind rezultate durabile. Pentru situațiile mai complexe, oferim și soluții de tratamente restaurative combinate, incluzând implanturi și proteze fixe, astfel



încât fiecare pacient să beneficieze de un plan personalizat și complet. Astfel, la Sherman Dent, fiecare zămbet redobândit este nu doar funcțional, ci și estetic, contribuind la creșterea încrederii și calității vieții pacientului.

Care sunt pilonii pe care se bazează un plan de tratament?

Planul de tratament dentar – un model de strategie aplicată sănătății
Un plan de tratament stomatologic nu diferă atât de mult de un plan de afaceri bine gândit: succesul său depinde de o strategie clară, obiective bine definite și priorități stabilite pe baza unei analize riguroase. În cabinetul nostru, fiecare plan de tratament se bazează pe câțiva piloni esențiali:

- Evaluarea completă și diagnostic precis

Fiecare decizie începe cu analiza detaliată a situației pacientului: istoricul medical, examinarea clinică și investigațiile radiologice sau digitale. Datele precise permit stabilirea priorităților și alegerea celor mai eficiente soluții.

- Personalizarea tratamentului

Fiecare pacient este unic, iar planul trebuie adaptat nevoilor, stilului de viață și așteptărilor sale. Această personalizare crește eficiența tratamentului și gradul de satisfacție al pacientului, similar modului în care o afacere adaptată pieței locale obține rezultate mai bune.

- Secvențierea și prioritizarea intervențiilor

Tratamentele sunt organizate pe etape logice: problemele urgente sunt rezolvate primele, iar intervențiile preventive sau estetice sunt programate strategic. Această abordare asigură continuitatea actului medical și reduce riscurile.

- Siguranța și calitatea procedurilor
Alegerea tehnologiilor potrivite și respectarea strictă a protocoalelor clinice și de sterilizare garantează rezultate predictibile și minimizează complicațiile.

- Comunicare și implicare activă a pacientului

Un plan de tratament eficient implică pacientul în deciziile sale, explicând opțiunile, beneficiile și riscurile fiecărei etape. Această transparență crește încrederea și fidelizarea, la fel cum comunicarea clară în business creează loialitate și rezultate sustenabile.

În concluzie, un plan de tratament dentar solid combină analiză riguroasă, strategie adaptată, prioritizare inteligentă și implicarea activă a beneficiarului. Practic, este un model de management aplicat sănătății – o abordare care garantează rezultate durabile și satisfacția pacientului, la fel cum un plan bine gândit garantează succesul în afaceri.

Prevenția prin control și igienizare poate face ca tratamentele dentare să fie accesibile tuturor. Ce măsuri propuneți pentru intensificarea activității de prevenție?

PREVENȚIA DENTARĂ – INVESTIȚIE ÎN SĂNĂTATE ȘI EFICIENȚĂ

Prevenția este pilonul care poate face tratamentele dentare accesibile tuturor. La fel cum în afaceri investiția timpurie în strategii eficiente reduce costurile și riscurile pe termen lung, în stomatologie controlul periodic și igienizarea profesională reduc necesitatea intervențiilor complexe și costisitoare.

La Sherman Dent, propunem câteva măsuri concrete pentru intensificarea activității de prevenție:

- Programe de controale periodice și igienizare – stabilirea unui calendar personalizat pentru fiecare pacient, astfel încât problemele să fie depistate și tratate în stadii incipiente.
- Educație și conștientizare – workshop-uri, prezentări și

“Pentru mine, ca medic, serviciile stomatologice nu înseamnă doar corectarea problemelor dentare, ci mai ales redarea încrederii și a confortului. Fiecare pacient merită să fie ascultat, înțeles și tratat cu grijă, într-un mediu sigur și primitiv. Relația medic-pacient este un parteneriat bazat pe comunicare deschisă, încredere și responsabilitate reciprocă.”

“Cred cu tărie că fidelizarea pacienților nu se obține prin promisiuni, ci prin fapte. Când un pacient pleacă zăbind, fără durere și cu încredere că a fost tratat cu grijă și respect, știi că ai construit o relație pe termen lung. Aceasta este, de fapt, cea mai frumoasă recompensă pentru un medic.”

materiale informative pentru pacienți și comunitate, pentru a înțelege importanța igienei orale și a controalelor regulate voi susține copiii de la **Clubul Sportiv Viitorul Dragomirești**: o durere de dinți te poate scoate din joc și scade randamentul la antrenamente și meciuri. Prin **screening dentar** și **igienizări** programate în sezon, prevenim urgențele și menținem performanța sportivilor tineri

- Tehnologie modernă pentru diagnostic precoce – pentru identificarea rapidă a problemelor și monitorizarea progresului tratamentelor.

- Planuri de prevenție personalizate și accesibile – pachete de igienizare și consult preventiv, menite să încurajeze participarea regulată și să facă prevenția mai ușor de accesat pentru toți pacienții.

Prin aceste măsuri, prevenția devine nu doar o practică medicală, ci și o strategie sustenabilă, care optimizează resursele, reduce costurile și crește calitatea vieții pacienților. În fond, un zămbet sănătos este rezultatul unei planificări inteligente și al unei investiții constante – atât în sănătatea individuală, cât și în eficiența sistemului medical.

Mulți români amână vizita la dentist din lipsa banilor. Ce perspective sunt pentru decontarea serviciilor de către Stat (CNAS) sau angajator, prin abonamentele stomatologice?

Suntem în **proces de contractare cu CNAS** pentru a oferi, acolo unde e posibil, servicii din pachetul de bază. În paralel, discutăm **abonamente stomatologice** cu angajatori, pentru a include **profilaxie**, controale și intervenții esențiale. Abordarea combinată — **Stat + angajator** — reduce barierele și crește accesul la grijă preventivă. Convingerea rămâne: **prevenția** este cea mai bună formă de „finanțare”.

Investiția în comunitate a crescut firesc, odată cu businessul

Interviu cu Florin Bâlcă, Country Manager, Provident Financial România

Provident este o instituție financiară non-bancară, fiind prima companie care a lansat în România împrumutul la domiciliu. Fondată în 2006 și parte din grupul britanic International Personal Finance (cu sediul la Leeds), Provident este unul dintre cei mai importanți furnizori de împrumuturi rapide la domiciliu din Europa. Cum sunteți organizați în prezent? Ce echipă aveți și ce regiuni ale țării acoperiți?

Suntem deja de 19 ani în România și, chiar dacă am făcut schimbări pe parcurs, așa cum e și firesc, modelul nostru de business principal, creditarea la domiciliu, a rămas fundația pe care am construit direcțiile actuale.

Avem peste 190.000 de clienți activi și peste 2.000 de angajați în toată țara. Mai bine de 1.500 dintre ei sunt forța noastră de vânzări iar asta înseamnă că, prin reprezentanții noștri, putem ajunge în aproape orice localitate din țară. În fiecare zi, au loc peste 20.000 de interacțiuni între reprezentanții de vânzări și clienții noștri. Uneori, stau și mă gândesc că abia dacă ne vedem rudele atât de des pe cât se întâlnesc oamenii noștri din teren cu clienții.

Chiar dacă business-ul tradițional rămâne nucleul, ne uităm și în alte direcții, așa că în ultimii doi ani am dezvoltat atât produsul integral digital – ProviOnline – cât și zona de parteneriate – eMag, TBI, Flanco – astfel încât să ajungem la un număr cât mai mare de clienți, cu diferite nevoi, cu tipologii diferite.

Tocmai pentru că ajungeți la un număr atât de mare de clienți, mai ales în zone cu infrastructură limitată din multe puncte de vedere, multă lume așteaptă de la Provident să dezvolte programe de educație financiară, de incluziune socială, de investiție în comunitate. În ce măsură simțiți că aceste lucruri se întâmplă?



Dincolo de a fi modelul nostru de business, faptul că interacțiunea cu clienții se întâmplă la ei acasă ne dă, în timp, acces în comunitate. Și nu doar atât, o mare parte dintre reprezentanții noștri de vânzări sunt oameni din acele comunități, nu apar de nicăieri, peste noapte. Așa că investiția în comunitate a crescut firesc, odată cu businessul. Am pornit cu educație financiară, de la o platformă dedicată – www.sigurantafinanciara.ro – la instrumente care să ajute oamenii să ia decizii financiare informate – Ghidul românului chibzuit, Testul chibzuinței. În același timp, nu este doar despre educație financiară – pentru noi, incluziunea financiară și socială înseamnă să oferi oamenilor sprijinul să crească și să se dezvolte pe termen lung. Cu asta în minte, am creat Invizibilii – un program prin care am identificat șapte grupuri vulnerabile pe care le sprijinim, împreună cu partenerii noștri ONG-uri, în funcție de nevoile specifice: familii monoparentale, muncitori fără forme legale, șomeri peste 55 de ani, pensionari în risc de sărăcie și excluziune socială, fermier de subzistență, tineri talentați din medii defavorizate și antreprenori în risc de sărăcie și excluziune socială. Pentru fiecare dintre aceste categorii am dezvoltat programe de reintegrare în piața muncii, reconversie profesională sau programe integrate de dezvoltare și burse.

Ce anume faceți, de exemplu, pentru antreprenorii în risc de sărăcie și excluziune socială? În primul rând, cum îi definiți?

Definiția grupului este una sociologică și pusă în contextul economic. Pentru a identifica aceste 7 categorii am lucrat împreună cu instituții de cercetare, nu le-am definit noi din pix, tocmai ca să fim siguri că am identificat corect grupurile vulnerabile. În ce privește antreprenorii în risc de sărăcie și excluziune socială sunt acei

antreprenorii care se luptă de la o lună la alta să producă venit, să-și țină businessul pe picioare. Și-o să vă dau câteva exemple care sunt relevante pentru această categorie: antreprenorii cu afaceri mici care le asigură subzistența lor și, uneori, și familiei. Există multiple forme pe care le poate îmbrăca acest mic antreprenoriat, de la magazine de cartier la mici frizerii sau diferite tipuri spații de consum/alimentație publică; apoi sunt lucrătorii de pe platforme, segmentul numit la nivel global gig economy. Ei constituie un nou tip de lucrător care prestează muncă remunerată, fie sub o formă tradițională, în baza unui contract, pentru un intermediar, fie devenind la rândul său antreprenor în acte, prin înființarea unei forme juridice distincte prin intermediul căreia să poată presta servicii. Programul pentru sprijinirea micilor antreprenori a prins formă și viață anul acesta, chiar în urmă cu câteva luni, în parteneriat cu Romanian Business Leaders, sub umbrela Vreau să fiu antreprenor. Programul se numește **Ascendent by Invizibilii** și este gândit nu pentru a ajuta pe termen scurt, ci pentru a schimba modul de gândire al antreprenorilor care intră în acest program. Le oferim burse traduse, de fapt, în mentorat, dezvoltare și coaching pentru a-și pune businessul pe picioare sustenabil pe termen lung. Învăță să-și transforme visul într-o sursă de venit sănătoasă, scalabilă. Ne dorim ca după finalizarea programului, antreprenorii beneficiari să devină ei mentori pentru viitoarele generații de bursieri și să putem oferi unui număr cât mai mare de antreprenori această oportunitate.

Ce primește, mai exact un antreprenor în cadrul acestui program și care sunt criteriile de selecție?

Programul este gândit pentru un an – adică, timp de un an,

“**Avem peste 190.000 de clienți activi și peste 2.000 de angajați în toată țara. Mai bine de 1.500 dintre ei sunt forța noastră de vânzări iar asta înseamnă că, prin reprezentanții noștri, putem ajunge în aproape orice localitate din țară.**”

“**Am creat Invizibilii – un program prin care am identificat șapte grupuri vulnerabile pe care le sprijinim, împreună cu partenerii noștri ONG-uri, în funcție de nevoile specifice: familii monoparentale, muncitori fără forme legale, șomeri peste 55 de ani, pensionari în risc de sărăcie și excluziune socială, fermier de subzistență, tineri talentați din medii defavorizate și antreprenori în risc de sărăcie și excluziune socială.**”

antreprenorii care primesc o astfel de bursă, vor beneficia de un program complex de dezvoltare, pe toate dimensiunile importante pentru un business – marketing, branding, creșterea volumelor, leadership, mindset de creștere etc. Pentru prima ediție, oferim 38 de burse în mai multe etape de selecție. Acum, primii 7 bursieri sunt deja în program de mai bine de două luni. Există, desigur, și criterii de selecție, dar sectorul economic nu este unul. Indiferent de sectorul economic din care vine un astfel de antreprenor, ne dorim să fie cineva care are într-adevăr nevoie de acest ajutor, dar care are și dorință. Nu e un program ușor și nu le dăm o rețetă magică să-și crească businessul peste noapte. E multă muncă și din partea lor, așa că e foarte important să-și dorească și să se implice în aceeași măsură ca noi, chiar mai mult.

Dincolo de dorință, criteriile sunt și de business: cifra de afaceri de sub 50.000 de euro (100.000 de euro dacă activează în comerț), afacerea nu are o creștere rapidă datorită tehnologiei, adică nu e un start-up tech; programul e sub umbrela Invizibilii, așa că este importantă și componenta de vulnerabilitate – ne axăm pe orașele mai mici, acolo unde economia este mai lentă și nu provin dintr-o familie antreprenorială. Ne uităm cu atenție la aplicanți – ne-am dori să-i putem sprijini pe toți, însă realitatea ne contrazice, așa că ne bazăm pe experiența specialiștilor din cadrul Romanian Business Leaders să facă selecția.

Cine sunt cei 7 bursieri din prima serie de beneficiari?

Sunt foarte diferiți, ca sector de activitate în primul rând. Însă asta este ce ne-am dorit, să ajungem la cât mai mulți oameni, cu visuri și pasiuni diferite. De exemplu, Gabriel Roca a pornit un business



Alina Tulbure



Andreea Cherteș

de la o idee simplă – să creeze lămpi care nu aduc doar lumină, ci și zâmbete. Gabriel încă e și angajat și ne povestea cum cea mai mare provocare este să-și facă brandul cunoscut.

Apoi, Emthrive, businessul Mihaelei Ciuraru a pornit din dorința de a face o schimbare reală în cum se raportează oamenii la carieră. Mihaela a construit, din experiența personală, o misiune pentru alții printr-un centru de carieră în care

oamenii primesc direcție, sprijin și claritate.

Businessul Alinei Tulbure s-a născut în pandemie, când a conștientizat că nevoie au copiii de activități care să-i stimuleze și în medii sociale. Acum, visul Alinei este ca After Cool Activities să devină cel mai iubit brand de activități extrașcolare din România, care să contribuie activ la dezvoltarea multor generații de copii încrezători, empatici și

conectați cu lumea din jurul lor.

FizioPro este un centru de recuperare integrată, cu tratamente moderne și personalizate. fie integrate, moderne și personalizate, pe care Horia Dinu l-a deschis dintr-o nevoie personală și profesională, în același timp.

Iar Andreea Cojocariu a deschis Duchesse Nails din dorința de a crea produse care să facă oamenii să se simtă bine în pielea lor – produse destinate tehnicienilor de



Andreea Cojocariu



Mihaela Ciuraru



Gabriel Roca



Horia Dinu

unghii, dar și saloanelor, care să reușească să le ofere clienților experiența pe care o așteaptă de la o sesiune de „răsfăț”. Apoi, Alex Harsaș deține HHS transport, o firmă de transport pe care a creat-o din experiența proprie și Andreea Cherteș care deține AtentShop – un atelier de decoruri personalizate. Niciunul dintre businessuri nu seamănă cu altul pentru că fiecare s-a născut dintr-un vis sau experiență proprie. Ce i-a adus

împreună? Dorința de a crește și Ascendent by Invizibili.

Care sunt următorii pași?

Mai avem încă 3 grupe de bursieri, adică încă 31 de antreprenori pe care să-i ajutăm să-și dezvolte business-ul sănătos, prin consultanța și sprijinul pe care le primesc de la specialiștii din Romanian Business Leaders. Beneficiarii din ultima

grupă vor intra în program în martie 2026 și apoi, la final de program, vom vedea ce putem învăța noi de la ei, să putem aduce îmbunătățiri în ce și cum le oferim. Dacă vorbim mai în detaliu, prima grijă lucrează activ la planul de creștere pe care trebuie să îl prezinte spre final de noiembrie. Pentru că toată această experiență are un singur scop – ca acești mici antreprenori să iasă din program cu capacitatea de a-și crește businessul pe termen lung.



Alex Harsaș



Ascendent
by INVIZIBILI

Gândirea sustenabilă și pe termen lung oferă siguranță

Interviu cu Ionuț Ilie, Managing Director, Grupo Bimbo România

Grupo Bimbo din Mexic este unul dintre cei mai mari producători din industria de morărit și panificație, la nivel global. Care au fost motivele pentru care a achiziționat Vel Pitar, în anul 2023?

În planul de expansiune al grupului, România - această țară unde pâinea înseamnă acasă, înseamnă viață, țara cu cel mai mare consum de pâine per capita din Europa - a fost un punct de atracție, în primul rând, pentru potențialul pieței. Apoi, ceea ce am găsit la Vel Pitar a fost un lider

care știe să facă o pâine de calitate, cu rețete nutritive, și să o ducă la nivel național, pe mesele românilor.

Cele 15 fabrici din România, pe care le deținem astăzi, tehnologia lor și rezultatele afacerii noastre, fără a spune că nu putem face mai mult și mai bine, sunt dovada că grupul a ales corect: și am învățat, unii de la alții, din 2023 și până astăzi, ca brutari și ca oameni de business.

Integrarea Vel Pitar, și apoi a celorlalte companii mai mici, în Grupo Bimbo, a fost un proces la care au muncit, în feluri

diferite, toți cei peste 3.000 de colegi pe care îi avem în întreaga țară.

Cât de mult a contat know-how-ul Grupo Bimbo în diversificarea și extinderea Vel Pitar cu alte produse?

Schimbul a fost reciproc, dar experiența de cercetare, procesele și istoria de 80 de ani a grupului de a coace pâine și produse de panificație au fost pentru Vel Pitar un motor. Un motor pe care, în unele locuri, încă îl mai așezăm, după o serie de

“

Grupo Bimbo are câteva valori-cheie după care ne ghidăm și noi: People First – înțelegem și prețuim fiecare om din echipă; ei sunt sufletul pâinii noastre, la propriu. Quality Always – niciodată calitatea nu va fi sacrificată în rețetele și produsele noastre pentru a atinge anumite ținte de business.





transformări și achiziții importante la nivel local.

Dar expansiunea noastră, ca organizație națională, în teritoriile de *snacking*, pe lângă leadershipul în pâine, este catalizată de grup. De asemenea, ordinea și standardizarea suplimentară, date de ceea ce înseamnă protocoalele de lucru ale unei multinaționale, venite de la grup, au adus un plus de predictibilitate.

Într-un mediu economic în care, de la o zi la alta, uneori ești în fața unor schimbări legislative care impactează businessul, gândirea sustenabilă și pe termen lung oferă siguranță.

Grupo Bimbo are câteva valori-cheie după care ne ghidăm și noi: **People First** – înțelegem și prețuim fiecare om din echipă; ei sunt sufletul pâinii noastre, la propriu. **Quality Always** – niciodată calitatea nu va fi sacrificată în rețetele și produsele noastre pentru a atinge anumite ținte de business. Și, nu în ultimul rând, migrarea continuă spre soluții de producție ecologice și sustenabile.

Care sunt, în prezent, cele mai importante branduri ale Grupo Bimbo România?

Pe scurt, pe lângă bine-cunoscutul **Vel Pitar**, avem extensia sa în

“**Avem un plan de inovație care include, pe de o parte, dezvoltarea de produse complet noi, dar – la fel de important – și îmbunătățirea portofoliului existent, în funcție de feedback-urile primite și de direcțiile pieței.**”

bunătați dulci și sărate, cu profil tradițional – „**DOR de la Vel Pitar**” – cu gogoși, covrigi, cornulețe, biscuiți și, mai ales, cozonaci. **TAKIS**, noua vedetă la raftul de chipsuri și nachos, **Granatur**, nou-lansatul brand – o selecție de pâini cu profil nutrițional cu multiple beneficii, bogate în maia și *clean label*, dar și alte branduri foarte apreciate de la raftul de pâine: **French Toast**, **Domnească**, **Chef Gourmand**, **Boierească**, **Postăvaru**.

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



Drumul **Vel Pitar**, de la *production driven* la *marketing driven*, este unul pe care îl construim zi de zi, prin campanii sezoniere și printr-o comunicare mai apropiată de nevoile și canalele consumatorilor. Suntem abia la început, dar am făcut pași mari. Comunicarea-manifest **Vel Pitar – Pâinea este viață** este doar un exemplu. Investim exponențial mai mult față de acum trei ani în marketing și *brand building*, dar, la fel de importantă, este și investiția în cercetare și inovație pe care o facem.

Ce ne puteți spune despre echipamentele și utilajele dumneavoastră? Cum a evoluat tehnologia de profil, în ultimii ani?

Inovațiile tehnologice în domeniul *bakingului* sunt numeroase – fie că vorbim despre productivitate, fie despre versatilitatea tipurilor de produse care pot ieși pe spirală. Ceea ce pot spune este că investim consecvent în mentenanță preventivă, în *upgrade*-urile liniilor de producție și că ne uităm cu atenție la soluții tot mai avansate de automatizare și digitalizare. Scopul este ca oamenii din echipele noastre să poată aduce o valoare adăugată mai mare prin meseriile lor, reducându-se manualitatea, oboseala și riscul operațional.

Cu ce furnizori locali și globali colaborați?

Alegem, de câte ori se poate, furnizori români pentru produsele și serviciile noastre. Totuși, există și câteva teritorii de achiziții în care grupul are parteneriate globale. Nu sunt multe, pentru noi primează autonomia locală de a identifica și de a colabora cu furnizori experimentați și potriviți. Această abordare ne ajută nu doar să creștem noi, ci și să contribuim la dezvoltarea industriilor din care ne preluăm produsele și serviciile.

Ce rol joacă echipa în succesul Grupo Bimbo România și cum susțineți dezvoltarea profesională a angajaților?

În ultimii doi ani, am dezvoltat un plan de training axat pe **leadership**, **change management**, dar și pe subiecte țintite, precum analiza senzorială, inovația în pâine, condusul defensiv, **time management** și productivitatea. Am organizat, de asemenea, numeroase evenimente de comunicare internă, precum **Convenția Națională Bimbo România**, **Wellness Days** sau **Bimbo Global Race** – maratonul caritabil public desfășurat la Brașov, în fiecare septembrie. Și continuăm să gândim proiecte noi, pentru că suntem conștienți că **echipa este cea care dă succesul** și are rolul principal în tot ceea ce facem. Odată cu venirea grupului în România, am trecut și prin schimbări de organigramă și s-au alăturat oameni noi. Eu am mare încredere în echipa care s-a consolidat.

Cum apreciați feedback-ul primit de la clienți / consumatori și cum îl folosiți în procesul de dezvoltare a viitoarelor produse?

În primul rând, suntem foarte atenți și receptivi la acesta. De la Centrul nostru de Comenzi, unde preluăm și feedback despre produse, până la studiile recurente pe care le realizăm privind superioritatea produselor noastre, testarea unor concepte noi prin *focus grupuri* sau evaluarea satisfacției retailerilor. În al doilea rând, ne uităm cu atenție la evoluția trendurilor alimentare și de *lifestyle* ale consumatorilor. Avem un plan de inovație care include, pe de o parte, dezvoltarea de produse complete noi, dar – la fel de important – și îmbunătățirea portofoliului existent, în funcție de feedback-urile primite și de direcțiile pieței.

Investim consecvent în mentenanță preventivă, în upgrade-urile liniilor de producție și ne uităm cu atenție la soluții tot mai avansate de automatizare și digitalizare. Scopul este ca oamenii din echipele noastre să poată aduce o valoare adăugată mai mare prin meseriile lor, reducându-se manualitatea, oboseala și riscul operațional.

În ultimii doi ani, am dezvoltat un plan de training axat pe **leadership**, **change management**, dar și pe subiecte țintite, precum analiza senzorială, inovația în pâine, condusul defensiv, **time management** și productivitatea.

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

Noi facem parte dintr-un grup, iar planurile pentru regiunea **EMEA**, în care activăm, sunt ambițioase. Prioritatea numărul 1, însă, pentru echipa de management **Bimbo România**, este să maximizăm potențialul brandurilor noastre în țară – să le oferim toată forța de care au nevoie și, treptat, da, să le ducem și peste graniță.

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

Îmi place să pictez – fără a fi un mare artist, pictura îmi oferă spațiul în care îmi pot exprima creativitatea și, uneori, pot genera idei sau soluții venite dintr-o zonă de liniște. Dar, în primul rând, timpul meu personal se îndreaptă către familie – către copiii și soția mea. Încercăm să ieșim pe munte, în natură, să călătorim, să descoperim împreună lumea sau, pur și simplu, să ne bucurăm de timpul petrecut acasă. Există un tip de înțelepciune și de curiozitate la cei mici din care poți să te inspire adesea chiar și în deciziile de business, și pe care eu o îndrăgesc. Chiar dacă, desigur, și experiența de viață vine cu propriile lecții și cu puterea de a lua decizii rapide și coerente.



Importurile de mașini second hand

Echilibrul dintre necesitățile imediate și poluarea pe termen lung a aerului

Articol de Raul Cazan, Președinte al Asociației 2Celsius, membră a rețelei europene Transport&Environment (T&E)

Împreună cu partenerii bulgari, Za Zemiata, 2Celsius se află într-o continuă campanie ce presupune cercetare și advocacy pentru reglementarea și reducerea fluxului de mașini vechi poluante dinspre țările vest-europene spre membrii estici ai Uniunii Europene. România are unul dintre cele mai vechi parcursuri auto din Uniunea Europeană, cu o vechime medie de 16,5 ani. Lipsa taxării sau a altor măsuri de interdicere sau descurajare a înmatriculării mașinilor vechi și poluante a însemnat că în România se înregistrează anual sute de mii de înmatriculări de mașini vechi și poluante nou importate. În România, raportul dintre mașinile second-hand importate și mașinile noi achiziționate este de trei la unu, iar SUV-urile au o cotă de 32% din piața totală. Deși nivelul mașinilor importate a

scăzut ușor, scăderea nu reflectă îmbunătățirea reglementărilor, ci prețuri mai mari și stocuri insuficiente pe platformele de vânzare auto. În mod firesc, nivelul mașinilor vechi și poluante second-hand de pe drumurile românești reflectă și o lipsă de putere de cumpărare, ceea ce duce la o problemă a accesului general la transport. Populația rurală și periurbană a României nu are acces la mobilitate publică accesibilă, iar aceasta este o situație care este în mare parte neabordată de guvernul central și de autoritățile publice locale, fie din ignoranță, fie din lipsă de resurse publice. Ca problemă generală, România suferă și de lipsa unor date sau analize fiabile cu privire la cele mai presante probleme legate de emisiile provenite din transporturi și mobilitate, iar situația nu pare să se îmbunătățească dramatic în următorii ani.



Importul de vehicule second-hand nu este doar un comerț în România și în Bulgaria; el, importul, este o forță dominantă care modelează peisajele noastre auto, reflectă realitățile noastre economice și prezintă o provocare complexă pentru viitorul nostru ecologic.

Motivat de accesibilitate și necesitate, acest comerț transfrontalier evidențiază o diviziune economică puternică în cadrul Uniunii Europene, unde consumatorii sensibili la prețuri din est salută vehiculele uzate ale vecinilor lor din vest. În fapt, avem de-a face cu un transfer spre est al poluării aerului din Europa occidentală. Afluxul de mașini second-hand de la noi prezintă o dilemă complexă, punând în balanță necesitatea urgentă de reducere a

emisiilor cu realitatea generalizată a sărăciei în transporturi. În timp ce aceste vehicule importate oferă mobilitate accesibilă pentru milioane de oameni, ele contribuie și la menținerea unui parc auto învechit și poluant, care pune la încercare obiectivele de mediu și sănătatea publică.

FENOMENUL MAȘINILOR SECOND-HAND

Piețele auto din estul Europei sunt copleșite de importul de vehicule second-hand. Această tendință este alimentată în principal de accesibilitatea financiară, costurile ridicate de fabricație și presiunile inflaționiste făcând mașinile noi inaccesibile pentru multe gospodării cu venituri medii

din regiune. Mașinile second-hand reprezintă o alternativă critică și viabilă din punct financiar.

În România, această dependență este deosebit de pronunțată. Țara a servit ca un studiu de caz care arată că o parte semnificativă a variației în accidentele rutiere poate fi explicată prin volumul mașinilor second-hand importate la niveluri județene. Multe dintre aceste vehicule sunt caracterizate prin vârstă mare, uzură avansată și design tehnic care poate să nu fie potrivit pentru noul lor mediu, cum ar fi situațiile absurde cu vehicule cu volan pe dreapta utilizate într-un sistem cu volan pe stânga.

MARELE COST DE MEDIU AL UNUI PARC AUTO ÎMBĂTRÂNIT

Impactul ambiental al acestei dependențe de vehicule vechi este semnificativ și cu multiple fațete.

În contrapondere cu cerințele Uniunii Europene, standarde de emisii depășite. Multe dintre mașinile second-hand importate nu respectă cele mai recente standarde de emisii ale UE. În consecință, ele contribuie disproporționat la poluarea aerului, emițând nivele mai ridicate de poluanți nocivi precum oxizii de azot - noxele (NOx), particulele în suspensie (PM), monoxidul de carbon (CO) și hidrocarburile (HC).

Provocarea Vehiculelor End-of Life (ELV). Fluxul de mașini importate contribuie în cele din urmă la fluxul de deșeuri din mașinile ajunse la sfârșitul existenței. ELV-urile, care sunt vehicule care nu-și mai pot îndeplini funcția, reprezintă unul dintre cele mai reciclate produse de consum. Cu toate că industria de reciclare recuperează materiale valoroase, procesul în sine prezintă provocări. În prezent, la nivel global, aproximativ 5,5 milioane de tone de „reziduu de la fragmentarea auto” (ASR) — un amestec de materiale nereciclate ca țesături, sticlă și plastic — sunt depuse anual în gropi de gunoi. Acest lucru subliniază necesitatea unor strategii mai avansate și durabile de gestionare a deșeurilor în sectorul auto, care să depășească simplul reciclaj și să se îndrepte spre un model de economie circulară care să prelungească ciclul de viață al materialelor.



SĂRĂCIA ÎN TRANSPORT ȘI CAPCANA ACCESIBILITĂȚII FINANCIARE

Termenul de „sărăcie în transport” se referă la o situație în care indivizii sau comunitățile nu pot accesa servicii esențiale și oportunități din cauza lipsei unui transport sigur, accesibil și fiabil. În România și Bulgaria, importul de mașini second-hand este un răspuns direct, dictat de piață, la această problemă. Pentru un segment larg al populației, aceste vehicule nu sunt un lux, ci o necesitate pentru navetă, acces la educație și la servicii medicale.

Această stare de fapt creează o capcană dificilă. Ea se regăsește în costul pe termen lung. Consumatorii, constrânși de limitări financiare imediate, optează pentru vehicule mai vechi și mai ieftine. Cu toate acestea, aceste mașini vin adesea cu costuri de întreținere mai mari și, cel mai important, impun costuri de mediu și de sănătate publică mai mari pe termen lung societății prin emisiile lor ridicate. Ele sunt o barieră pentru tehnologiile mai curate. Aceleași constrângeri financiare care împing oamenii spre mașini second-hand cu motor termic acționează și ca o barieră majoră în adoptarea tehnologiilor de vehicule mai curate, cum ar fi vehiculele

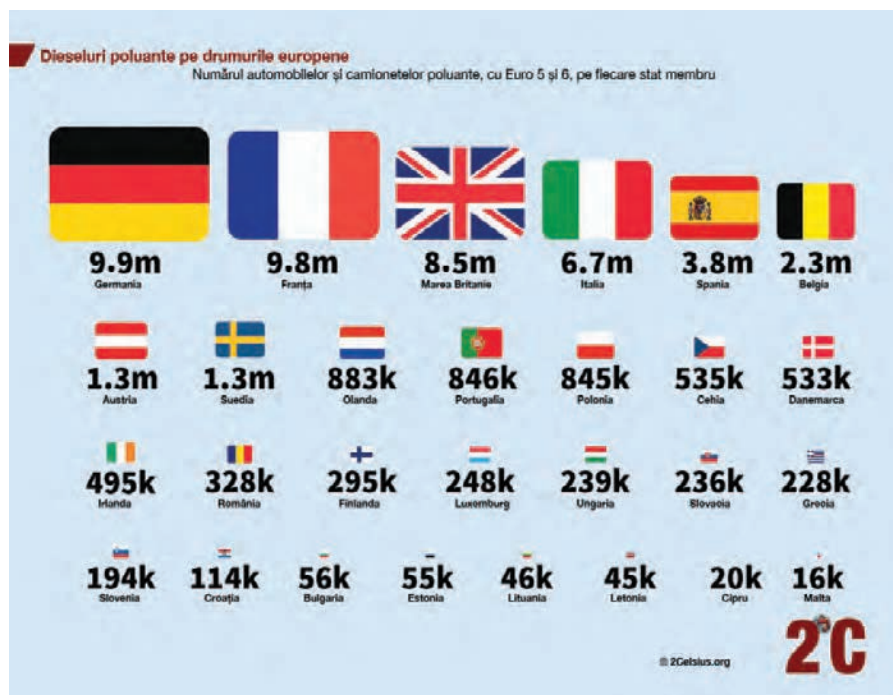
electrice (EV), care au un cost inițial mai ridicat.

CĂILE DE URMAT

În inima paradoxului auto din România și Bulgaria se află o problemă de policy care pare fără ieșire: cum să îmbătrânească un parc auto îmbătrânit și poluant fără a împovăra și mai mult bugetele familiilor deja vulnerabile. În fața acestui blocaj, autoritățile se confruntă cu o necesitate urgentă de a găsi soluții care să atace simultan ambele fronturi — cel ecologic și cel social.

Scenariile sunt pe masă, iar direcțiile posibile conturează o adevărată transformare a peisajului mobilității de la noi.

Un prim pilon, deja discutat în cercurile de specialitate, este acela al programelor Rabla Plus. Acestea nu ar mai fi simple campanii punctuale, ci mecanisme permanente și bine finanțate, care să ofere stimulente reale nu doar pentru casarea unui vehicul vechi, ci mai ales pentru achiziționarea unei alternative sustenabile. În vest, aceste programe, atunci când sunt concepute strategic, pot schimba compoziția parcului auto în zece ani. O politică inteligentă ar fi ca aceste programe să fie aplicate progresiv.



Dacă un vehicul diesel casat foarte poluant este înlocuit cu o alternativă cât mai curată (un electric pur), stimulentele ar trebui să fie cât mai consistente.

Dar nimeni nu se așteaptă ca un program Rabla să fie panaceul. 2Celsius susține de ani de zile că adevărata soluție structurală este ancorată în investiții masive în infrastructură verde. Este vorba de o tranziție de la logica de a încuraja doar mașina privată, la una de a oferi opțiuni. Construirea unei rețele naționale dense de stații de încărcare rapidă este condiția esențială pentru ca un potențial cumpărător să nu se teamă de un vehicul electric. În paralel, modernizarea flotei de transport public cu autobuze electrice și trenuri regionale eficiente este văzută ca singura cale de a oferi o alternativă reală pentru cei care, pur și simplu, nu-și pot permite nici măcar o mașină second-hand mai nouă. Totuși, toate aceste măsuri ar putea fi subminate dacă granița rămâne larg deschisă pentru orice vehicul vechi. De aceea, un al treilea pilon, mai controversat, este cel al reglementării inteligente a importurilor. Nu se propune o interdicție totală, ci o filtrare eficientă. Trebuie impus ca orice vehicul second-hand importat să respecte un standard de emisii minim, de exemplu EURO 6, și să treacă o inspecție tehnică riguroasă în țară. Acest „cordon sanitar” la graniță ar împiedica pur și

simplu intrarea celor mai mari poluatori, protejând piața internă și forțând aprovizionarea cu vehicule mai sigure pentru mediu și pentru oameni.

În final, însă, viziunea pe termen lung se leagă de cercetare și economie circulară. Trebuie să privim dincolo de problema instantanee, de nevoile imediate, și să investim în tehnologii verzi auto și în modele de business care să prelungească viața materialelor din mașinile casate – de fapt, trebuie să îmbrățișăm economia circulară și în materia transporturilor. Astfel, deșeurile auto de azi ar putea deveni materii prime pentru industria de mâine, transformând o povară într-o oportunitate.

Deciziile care se iau acum în cabinetele de la București și Bruxelles vor desena harta mobilității viitoare a milioane de oameni. Vorbim despre un echilibru delicat între a pedepsi și a încuraja, între a restricționa și a oferi alternative. Dar mesajul de la experți este clar: fără un pachet coerent de politici care să abordeze atât cererea cât și oferta, România și Bulgaria riscă să rămână în vâltoarea de vehicule vechi, respirând fumul propriilor dileme nerezolvate.

Navigarea pe calea dintre nevoile imediate de mobilitate și imperativul unui viitor mai curat este o sarcină dificilă, dar esențială. Alegerile făcute astăzi în politică și investiții

vor determina calitatea aerului și natura mobilității în regiune pentru deceniile viitoare.

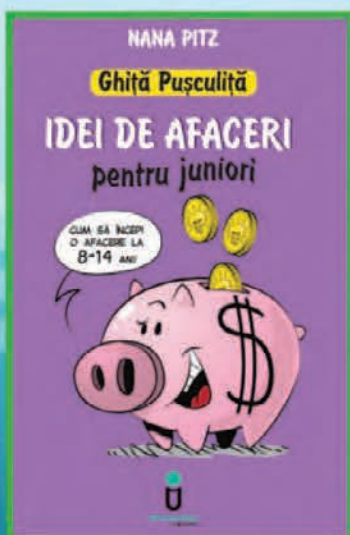
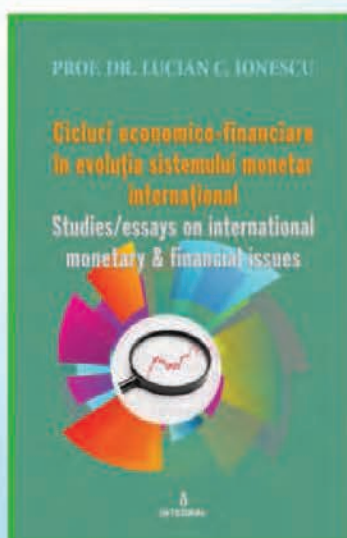
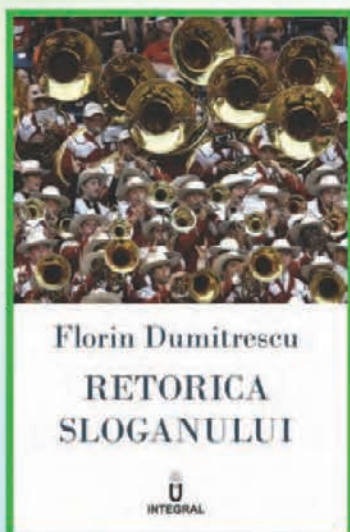
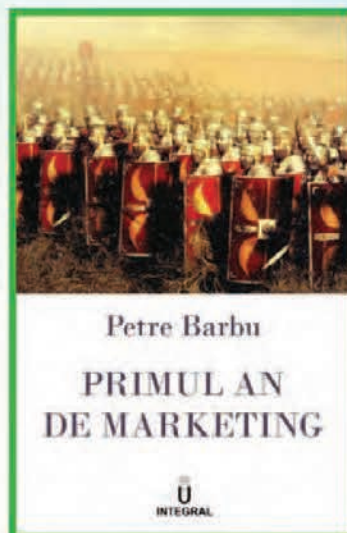
ÎN DATE:

Trei din patru mașini vechi importate sunt relativ poluante, adică sunt dotate cu filtre de dinainte de intrarea în vigoare a standardelor EURO 5 pentru toate autoturismele – care necesită filtre de particule diesel (DPF). Aceasta înseamnă că marea majoritate a acestor autoturisme importate nu sunt echipate cu DPF standard și, prin urmare, emit particule fine periculoase care provoacă cancer; particulele fine sunt deja o problemă serioasă în România.

În ceea ce privește dioxidul de azot toxic (NO₂), diesel-urile importate în România emit, în medie, de peste 12,5 ori actuala limită a NOx EURO 6 – sau, în cifre absolute, 1.014 mg/km în loc de 80mg/km (necesară pentru autoturismele aflate în vânzare astăzi), similar nivelului de la diesel-urile importate în Bulgaria sau chiar în Polonia. Un motor diesel mediu importat în România ar emite aproximativ 7,4 kg de NOx toxic într-un an (pe baza kilometrajului anual românesc de aproximativ 7.300 km). Cele mai multe mașini au venit din Germania (78%), restul provenind din Italia (10%), Austria (4%), Olanda și Belgia (3% fiecare).

Măsurile fiscale în materia importurilor de vehicule second-hand sunt cel puțin jalnice. Știm de ceva vreme că taxa asupra autoturismelor („timbrul de mediu”) a fost eliminată la 1 februarie 2017. Decizia a venit după o serie de litigii cu Comisia Europeană privind proiectarea taxei și comparabilitatea acesteia cu legislația UE. De atunci, nu s-a aplicat nici o taxă dedicată momentelor când autovehiculele sunt înregistrate sau importate. Este foarte posibil ca aceasta să fi contribuit în mod semnificativ la creșterea importurilor de autovehicule de ocazie din Europa de Vest. Într-adevăr, numărul de automobile diesel importate în România aproape s-a triplat către 2017, ajungând la recordul de 370.000. De atunci, deși importurile au mai scăzut, cifra este peste 100.000 de unități importate anual. Aproape trei sferturi dintre ele sunt dieseluri poluante.

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI



Prezidențial Club ABC România și MaRa Logistics: Românii care duc know-how-ul logistic românesc la Dubai



favorabil dialogului economic și stabilirii de noi parteneriate strategice între Europa, Orientul Mijlociu și Asia Centrală.

OBIECTIVELE PARTICIPĂRII: INOVAȚIE, DIGITALIZARE ȘI SUSTENABILITATE

Scopul prezenței delegației române la acest eveniment a fost multiplu: explorarea de noi rute comerciale și logistice între Europa și Orientul Mijlociu, identificarea de parteneriate strategice pentru transport și distribuție, precum și analizarea celor mai recente tendințe în automatizare, digitalizare și sustenabilitate – direcții tot mai esențiale în strategia de dezvoltare a companiei.

Participarea la un forum de asemenea anvergură a permis MaRa Logistics să intre în contact direct cu principalii actori economici ai regiunii Golfului și să identifice oportunități de extindere a serviciilor integrate de transport într-un spațiu economic aflat într-o continuă expansiune.

Într-un context global tot mai competitiv, în care mobilitatea bunurilor, eficiența transportului și inovația logistică definesc succesul economic al unei națiuni, compania MaRa Logistics confirmă încă o dată poziția sa de lider în domeniu. Cu o experiență consolidată de peste două decenii, compania a devenit un reper al excelenței românești în logistică, oferind servicii integrate de transport rutier, maritim și aerian, precum și soluții de depozitare, manipulare și distribuție

pentru clienți din întreaga lume. Recent, reprezentanții MaRa Logistics – doamnele Maria Rădița și Cristina Mureșan – au participat, alături de Răsvan Toader, președintele Clubului Prezidențial ABC România, la prestigiosul eveniment economic internațional Eurasian Balkan Business Forum, desfășurat în Dubai, la sfârșitul lunii septembrie 2025. Forumul a reunit peste 200 de lideri de afaceri, investitori și reprezentanți guvernamentali din peste 30 de țări, creând un cadru





OPORTUNITĂȚI STRATEGICE IDENTIFICATE

În urma discuțiilor și sesiunilor de networking din cadrul evenimentului, echipa MaRa Logistics a explorat mai multe direcții de dezvoltare concretă:

- Stabilirea de noi rute comerciale și coridoare logistice între România și Emiratele Arabe Unite, inclusiv dezvoltarea conectivității maritime și aeriene către și dinspre Dubai, Bahrain, Qatar și Arabia Saudită.
- Crearea de parteneriate strategice cu case de expediție locale, operatori portuari și aeroportuari, furnizori de servicii vamale și companii logistice regionale, în vederea dezvoltării unor soluții de co-logistică – partajare de spațiu, cross-docking și depozitare comună.
- Analiza infrastructurii logistice a Golfului Persic, cu accent pe facilități portuare

moderne, centre de distribuție regionale și rețele integrate de transport multimodal, care pot susține eficiența lanțului de aprovizionare la nivel internațional.

IMPACTUL ȘI PERSPECTIVELE VIITOARE

Participarea la Eurasian Balkan Business Forum reprezintă un pas major în procesul de internaționalizare și consolidare a brandului MaRa Logistics. Prin această inițiativă, compania își afirmă angajamentul ferm față de expansiunea globală și adaptarea la noile standarde ale pieței internaționale.

Printre principalele obiective strategice stabilite în urma forumului se numără:

- Diversificarea portofoliului de clienți prin extinderea operațiunilor pe piețele din Golful Persic și Asia de Sud-Vest;
- Extinderea flotei proprii și alinierea

lanțului de furnizori la standarde internaționale de calitate și siguranță;

- Consolidarea rețelei de parteneri logistici și comerciali, pentru a asigura livrări mai rapide, costuri competitive și o amprentă ecologică redusă;
- Integrarea soluțiilor digitale avansate, precum monitorizarea în timp real, trasabilitatea completă a transporturilor și platformele de management logistic bazate pe inteligență artificială.

MARA LOGISTICS – EXCELENȚĂ ROMÂNEASCĂ ÎN MIȘCARE GLOBALĂ

Prin participarea la evenimente internaționale de asemenea calibru, MaRa Logistics nu doar își extinde orizonturile de afaceri, ci promovează și imaginea României ca partener de încredere în logistica globală. Expertiza dobândită de companie de-a lungul celor peste 20 de ani de activitate, combinată cu viziunea strategică a echipei sale, transformă MaRa Logistics într-un ambasador al inovației, al eficienței și al profesionalismului românesc. Astfel, colaborarea dintre MaRa Logistics și Prezidențial ClubABC România demonstrează că parteneriatele inteligente, bazate pe valori comune și pe orientarea spre viitor, pot deschide noi orizonturi pentru antreprenoriatul românesc. Într-o lume în care mobilitatea economică și conectivitatea logistică sunt fundamentale, prezența românilor la Dubai confirmă o realitate simplă, dar puternică: România are know-how, viziune și capacitatea de a concura la cel mai înalt nivel internațional.



Dansul pașilor de catifea

UN SPECTACOL DE BALET INCLUSIV, DEDICAT COPIILOR CU DIZABILITĂȚI, LA OPERA NAȚIONALĂ BUCUREȘTI

Interviu cu **Bogdan Acatrinei**, cofondator al Asociației KinetoBebe



Domnule Acatrinei, cum s-a născut ideea acestui spectacol și de ce ați simțit nevoia să-l aduceți la viață?

Ideea s-a născut dintr-o întrebare simplă, dar profundă, pusă de Raluca Chișu, Președintele Asociației KinetoBebe: cum putem aduce frumusețea artei și magia scenei mai aproape de copiii care, de obicei, nu au acces la ele? În activitatea noastră la Asociația KinetoBebe, lucrăm zilnic cu copii cu dizabilități, cu familiile lor, și vedem cât de important este ca acești copii să fie incluși în experiențe culturale autentice, nu doar în activități terapeutice. Așa a apărut „Dansul pașilor de catifea” — un spectacol de balet gândit special pentru ei, dar deschis tuturor, care va avea loc duminică, 16 noiembrie 2025, la Opera Națională București - B-ul. Mihail Kogălniceanu, Nr. 70-72, Sectorul 5, București.

Ce face ca acest spectacol să fie „inclusiv” în sensul real al cuvântului?

Am pornit de la nevoile concrete ale copiilor cu dizabilități. Totul, de la lumini și sunet, până la durată și structura spectacolului, a fost adaptat pentru a oferi un mediu sigur, blând și previzibil. Nu este un simplu balet, ci o experiență senzorială: lumini calde, ritmuri line, mișcări care transmit emoție fără a copleși. În plus, am pregătit un „safety corner” în foaierul Operei — un spațiu de liniște unde copiii pot merge dacă devin copleșiți, fiind asistați de terapeuți și psihologi.

Ați implicat o echipă impresionantă de specialiști — psihoterapeuți, terapeuți ocupaționali, kinetoterapeuți. Cum a decurs această colaborare cu artiștii Operei?

A fost un proces de învățare în ambele sensuri. Artiștii Operei Naționale București au fost extraordinar de deschiși și curioși să înțeleagă cum pot transmite emoție fără să provoace disconfort senzorial copiilor cu autism, ADHD sau tulburări motorii. La rândul nostru, am învățat ce înseamnă disciplina și finețea artei baletului. Este un dialog între două lumi care, aparent, nu se întâlnesc des — dar când o fac, se întâmplă ceva magic.

Cum reacționează părinții la un astfel de proiect?

Cu emoție. Pentru mulți dintre ei, este prima dată când își pot duce copilul la un spectacol fără teamă — fără teama că va fi privit ciudat dacă reacționează diferit, fără teama că va trebui să plece după cinci minute. De aceea, am pregătit și un ghid pentru părinți, care îi ajută să pregătească copiii înainte de spectacol: să le explice unde merg, ce vor vedea, cum pot reacționa. Scopul nostru nu este perfecțiunea comportamentului, ci bucuria participării.

Ce v-a emoționat cel mai mult în tot acest proces?

Faptul că fiecare detaliu contează. Că o simplă schimbare de ton, o lumină mai difuză sau o pauză de respirație în muzică pot face diferența între un copil care se retrage și unul care zâmbește. Am avut repetiții în care un copil care de obicei evită contactul vizual a stat nemișcat, privind dansatorii cu o atenție totală. În acele momente înțelegi că incluziunea nu e un concept, e o emoție împărtășită.

Sponsorizarea unui astfel de proiect vine cu o responsabilitate mare. Cum ați reușit să atrageți sprijinul E.ON și al Operei Naționale București?

E.ON a crezut în misiunea noastră de a construi o lume mai empatică și mai accesibilă. Le-am spus de la început că nu este un proiect caritabil, ci unul de normalitate — un pas concret spre o societate în care toți copiii au dreptul la frumos. Iar Opera Națională București a fost un partener excepțional. Faptul că un astfel



de spectacol are loc în templul baletului românesc este un mesaj puternic: arta aparține tuturor.

Ce rol are Asociația Kinetobebe în tot acest demers și cum vedeți evoluția proiectului pe termen lung?

Asociația Kinetobebe este nucleul de expertiză terapeutică din spatele proiectului. Ideea a pornit de la Raluca Chișu, Fondatoarea Asociației Kinetobebe și administratorul Centrelor de Recuperare Kinetobebe. Întregul proces a avut la bază o echipă de specialiști care a ajutat la adaptarea fiecărui element, de la scenografie la pregătirea publicului. Pe termen lung, ne dorim să replicăm acest model și în alte orașe — să transformăm „Dansul pașilor de catifea” într-o serie de spectacole care să ajungă la cât mai mulți copii, în teatre, școli, centre culturale. România are nevoie de o cultură a incluziunii, nu doar de inițiative punctuale.

Ce mesaj transmiteți antreprenorilor care vor să se implice în astfel de proiecte sociale și culturale?

Le-aș spune că implicarea socială nu este o cheltuială, ci o investiție în viitor. Când susții un proiect care schimbă mentalități și creează punți între oameni, investești în capitalul emoțional al societății. Avem nevoie de mai mulți parteneri care să creadă că empatia poate fi o formă de leadership.

Cum ați descrie, în câteva cuvinte, emoția pe care vreți să o lase spectacolul?

Liniște. Bucurie. Îmbrățișare.

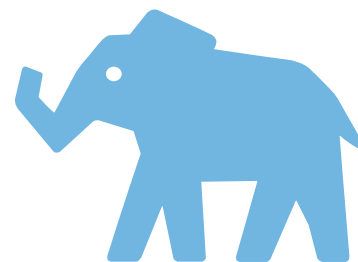
Ne dorim ca fiecare copil, indiferent de nevoile sale, să simtă că locul lui este acolo, printre ceilalți. Că lumea artei nu e ceva ce privește de la distanță, ci un spațiu în care poate fi el însuși, în siguranță.

Când și unde va avea loc spectacolul și cum pot participa cei interesați?

„Dansul pașilor de catifea” va avea loc pe 16 noiembrie 2025, ora 12:00, la Opera Națională București, într-un format special creat pentru copii cu nevoi speciale și familiile lor. Accesul este gratuit, dar pe bază de rezervare, pentru a putea gestiona confortul și siguranța tuturor.

Un ultim gând pentru cititorii noștri?

Vă așteptăm cu inimile deschise la Opera Națională, să trăim împreună o experiență care vorbește despre frumusețea diversității umane. Fiecare pas de catifea pe scenă este o invitație la empatie, la atenție, la prezență. Iar dacă veți pleca din sală cu un zâmbet sau o lacrimă caldă, atunci vom ști că spectacolul și-a atins scopul.



kinetobebe
asociația

Clujul este un model de bune practici la nivel național și european



Clujul este un model de bune practici la nivel național și european, iar colaborarea dintre administrație, mediul educațional și universitar, împreună cu segmentul de business, a permis o dezvoltare accelerată a municipiului și județului, a subliniat **viceprimarul municipiului Cluj-Napoca, Dan Tarcea**, la conferința cu tema „*Pilonii de dezvoltare ai județului Cluj – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual*”, organizată de Club Antreprenor și Ziarul Pozitiv, alături de partenerii: Tipografia Global Print, Distribuție Energie Electrică România, Monitorul de Cluj / monitorulcj.ro, Eurolife FFH Asigurări, Prezidențial Club ABC și Fundația „Pentru o Românie Modernă”. Evenimentul găzduit de FSPAC (Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării din cadrul Universității Babeș-Bolyai), a reunit experți, autorități locale, reprezentanți ai mediului de afaceri și ai instituțiilor de învățământ, într-un cadru de dialog menit să contureze direcții clare de cooperare strategică. Dan Tarcea a evidențiat câteva aspecte esențiale ce permit o dezvoltare integrată: strategia, investițiile în educație și în

infrastructura urbană, o bună colectare a taxelor și atragerea fondurilor europene. Foarte important, de asemenea, este modul în care oamenii au înțeles să facă un business corect, iar o bună parte din bani sunt direcționați pentru economia locală. Viceprimarul Clujului a menționat rolul strategiei de dezvoltare asumate de municipiul Cluj-Napoca și creșterea calității vieții printr-o serie de factori ce au contribuit decisiv în acest sens. „Aș începe cu anul 2004 când, practic, la Cluj s-a schimbat direcția: atunci a fost făcută prima strategie a orașului în parteneriat cu universitățile clujene. Ulterior a fost actualizată, tot în colaborare cu universitățile”.

ROLUL STRATEGIEI DE DEZVOLTARE

Este important și în business, dar și în administrația publică de toate nivelurile, să ai o strategie. Dacă nu o ai, ești ca un vas în derivă pe mare. În schimb, dacă ai o strategie, știi că trebuie să ajungi într-un punct anume. Asta am reușit să facem noi la Cluj în ultimii 20 de ani, să ne stabilim o strategie, iar *strategia noastră a fost de creștere a calității vieții*. Poate că termenul sună pompos, dar el include peste 40 de

parametri care se iau în calcul: de la modul cum sunt tratați oamenii de administrațiile publice, în funcție de accesul la sistemul de învățământ, de cum sunt tratați în spitale, de cât este de poluat orașul sau cum poți să-ți petreci timpul liber, care sunt oportunitățile de angajare – toate aceste elemente fac parte din calitatea vieții”, a declarat viceprimarul Dan Tarcea în cadrul conferinței.

OAMENII PLEACĂ DIN ȚARĂ PENTRU CALITATEA VIEȚII

Motivul emigrării nu este reprezentat neapărat de bani, ci mai degrabă de calitatea vieții, spune viceprimarul. „Am constatat în timp că oamenii nu pleacă din țară doar pentru bani. *Pleacă din România pentru calitatea vieții*, pentru că s-au săturat de situațiile în care administrația se comportă ca un satrap. S-au săturat să nu aibă un sistem medical corespunzător, iar atunci oamenii încearcă să-și găsească lucrurile bune în alte părți ale lumii. Partea bună pentru noi, la Cluj, este că în ciuda faptului că România a pierdut peste 4 milioane de oameni, noi am reușit aici, în zona Clujului, să păstrăm oamenii acasă, la noi, ori să vină și alții. Am reușit să păstrăm aceeași populație, noi nu am scăzut la nivel metropolitan.

15% DINTRE ROMÂNII ALEG CLUJUL

Un studiu realizat de Banca Mondială a scos în evidență că *15% dintre români ar alege municipiul Cluj-Napoca dacă ar decide să își schimbe localitatea de domiciliu*. Acest aspect ne dă speranțe că direcția în care merge orașul și județul este una corectă”, a adăugat Dan Tarcea. Clujul a atras în 15 ani fonduri europene în valoare de 420 milioane de euro. Proiectele aflate în pregătire sunt de 4,5 miliarde de euro. Colaborarea dintre instituții, școli, universități și mediul de afaceri este



Anca Almăjan, Commercial Development Manager, EuroLife FFH Asigurări

esențială pentru dezvoltare. Mai mult, colaborarea umană face posibilă realizarea proiectelor de anvergură. „Cum am reușit să facem aceste lucruri, pe lângă partea de strategie și de viziune? În primul rând **printr-o colaborare cu partenerii**. Mă refer la **mediul de afaceri, ONG-uri, instituții publice**, pentru că **nu instituțiile colaborează, ci oamenii**.

România nu se dezvoltă din cauza „orgoliilor”

Nu am fi reușit dacă ne-am fi bazat doar pe orgolii: am lăsat orgoliile deoparte. Îmi place să spun că *România este în stadiul în care este astăzi nu din cauza corupției, nu din cauza incompetenței, ci în primul*



Vakar Istvan, Vicepresedinte, Consiliul Județean Cluj

rând din cauza orgoliilor. De aceea spun că aici, la Cluj, avem un mediu de afaceri extrem de bine dezvoltat: am avut cea mai mare creștere economică în intervalul 2010 – 2020 din Uniunea Europeană, iar asta pentru că **oamenii de aici au înțeles că trebuie să facă un business corect**. Și cei de la Finanțe de la Cluj sunt un model în ceea ce privește colectarea”, a precizat Dan Tarcea.

20% DIN BUGET, INVESTIȚII ÎN EDUCAȚIE

Cu un buget de 1 miliard de euro în 2025, din care 45% bani europeni, Clujul



Dan Tarcea, Viceprimar, municipiul Cluj-Napoca

investește masiv în susținerea Educației. „În plus, aceste reușite nu ar fi fost posibile fără atenția sporită acordată Educației: în ultimii ani am fost pe primele locuri în ce privește rezultatea la Evaluarea Națională și Bacalaureat. Iar asta pentru că am pus accent pe partea de învățământ: **peste 20% din taxele și impozitele plătite de clujeni merg în finanțarea complementară a învățământului**. Este un efort comun pe care îl fac copiii, părinții, profesorii, Inspectoratul Școlar Județean Cluj și nu în ultimul rând, noi ca autoritate publică locală.

Ne-am bazat foarte mult și pe fonduri europene: 45% din bugetul municipiului



Marinela Marc, Inspector școlar general, Inspectoratul Școlar Județean Cluj



Paul Negrea, Director Direcția Afaceri Corporative, DEER



Sorin Costas, Șef Serviciu Marketing, Aeroportul Internațional „Avram Iancu” Cluj-Napoca



Valentin Dumitru, Education Advisor, GBC

din acest an este reprezentat de fonduri europene. Adică 450 de milioane de euro din acest buget al Primăriei vin din fonduri europene. Și în perioada 2007 – 2021 am reușit să atragem cei mai mulți bani din întreaga Românie – peste 430 de milioane de euro, bani încasați de municipiul Cluj-Napoca din fonduri europene.

Pentru a asigura o dezvoltare sustenabilă, proiectele au fost gândite la nivel metropolitan. „Referitor la ceea ce înseamnă *pilonii de dezvoltare*, cred că trebuie să ieșim din zona de a gândi doar local: *trebuie să gândim metropolitan*. Am făcut lucruri printr-o serie de proiecte importante și complexe: *trenul metropolitan, centura metropolitană, metrou*. Lumea când aude de metrou schițează un zâmbet în colțul gurii, însă în

România nu sunt prea multe localități care să-și asume proiecte de mare anvergură. Acest tip de proiecte nu sunt niciodată ușoare: sunt complicate și vin cu provocări. Noi suntem optimiști și credem că vom reuși să le ducem la bun sfârșit.

BANI INVESTIȚII ÎN ECONOMIA LOCALĂ

Pe de altă parte, inclusiv mediul de afaceri trebuie să conștientizeze cât de importante sunt aceste investiții, pentru că *o mare parte din bani vor fi cheltuiți aici, local*. O parte din forța de muncă este și din altă parte, dar o mare parte este de aici. Gândiți-vă la ceea ce înseamnă HoReCa, capacități de cazare, deci practic urmează o injecție de capital extrem de mare în ecosistemul local.

ROLUL CATALIZATOR AL ADMINISTRAȚIEI ÎN ECONOMIE ȘI CULTURĂ

Educația și pregătirea tinerilor, susținerea proiectelor de dezvoltare și parteneriatele culturale sunt câteva dintre aspectele ce contribuie constant la creșterea calității vieții. „Prin proiectele pe care le dezvoltăm cu partenerii noștri creăm condiții pentru ca oamenii să rămână acasă”, a spus **Vákár István, vicepreședinte Consiliului Județean Cluj**.

Potrivit lui Vákár István, administrația și mediul de afaceri trebuie să facă tot posibilul pentru a menține avantajele dobândite: să avem locuri de muncă bine plătite, pentru a reduce exodul creierelor. Vicepreședintele Consiliului Județean Cluj a reliefat rolul universităților în dezvoltarea județului, precum și colaborarea dintre administrație și mediul de afaceri: Administrația are rol catalizator în economie și dezvoltarea proiectelor. Paradigma s-a schimbat, astfel încât astăzi nu mai e nevoie doar de locuri de muncă, ci de *locuri de muncă plătite corect*. Aici trebuie să lucrăm: la reglajul fin al modului de a face afaceri, al modului de a recruta personal, al modului în care motivăm oamenii să rămână aici. Prin proiectele pe care le dezvoltăm cu partenerii noștri creăm condiții pentru ca oamenii să rămână acasă. Aici este rolul administrației, prin colaborarea cu mediul educațional și de business: *plusvaloarea rămâne aici*. De altfel, putem spune că fondurile europene reprezintă oxigenul acestei bune dezvoltări”, a explicat vicepreședintele CJ Cluj.

II PARTENERIATE ÎN SECTORUL CULTURAL

Vakar Istvan a accentuat rolul culturii care definește acest spațiu și a arătat că finanțarea și susținerea parteneriatelor de cultură trebuie să rămână prioritară. „Foarte multă lume, atât în politică cât și în mediul de afaceri, amintește de costurile pentru sectorul cultural, cum că se cheltuie prea mult și poate nu aduce această plusvaloare. Trebuie să spun clar că acest



lucru nu este adevărat, fiindcă aceasta ne definește spațiul: cultura ne definește spațiul, nivelul civilizațional. Nivelul cultural la care a ajuns acest spațiu în sute de ani este ceva ce nu se câștigă ușor, dar se poate distruge rapid. Viața culturală de aici este mult mai puternică pentru a fi distrusă. Avem 11 instituții de cultură în subordine, cu care suntem de fapt în parteneriat, precum Filarmonica de Stat Transilvania. Despre care foarte puțini știu că este în subordinea Consiliului Județean Cluj.

Consiliul Județean investește semnificativ în cultură, prin colaborare cu Primăria, care acordă un suport important societății civile culturale în acest spațiu. Deci, mai nou, avem parteneriate cu 11 instituții de cultură – avem și Castelul Banffy de la Râscruci, pe care vă recomand să-l vizitați, este modernizat din fonduri europene și este al tuturor: al nostru, al Europei, parte a istoriei locale cu care ne mândrim.

Avem foarte multe valori și posibilități, iar oamenii de afaceri sunt chemați, împreună cu universitățile și studenții, să folosească aceste posibilități de care dispunem, prin ideile generate de astfel de forumuri”, a adăugat vicepreședintele Consiliului Județean Cluj, Vakar Istvan.

ELEVII ȘI STUDENȚII SUNT VIITORII PILONI AI DEZVOLTĂRII ECONOMIEI LOCALE

Elevii și studenții sunt viitorii piloni ai dezvoltării economiei locale, iar rolul învățământului dual este unul determinant. „Succesul acestui sistem presupune o colaborare autentică între toți actorii implicați”, a spus **Marinela Marc, inspector școlar general al Inspectoratului Școlar Județean Cluj**. „Clujul are toate atuurile pentru a deveni un model național în ceea ce privește educația profesională relevantă și de calitate: o economie dinamică, o administrație locală activă și un sistem educațional performant, deschis spre modernizare, iar a investi în învățământul profesional dual înseamnă a construi punți între educație și economie, între tineri și viitor, între școală și realitate”, a arătat Marinela



Cătălin Hădădea, Șef Departament Planificare Strategică, Agenția de Dezvoltare Regională Nord-Vest

Marc. Astfel, cele trei forțe care pot modela cu adevărat viitorul comunității sunt reprezentate de mediul de afaceri, autoritățile locale și sistemul de învățământ superior, dar și preuniversitar, cu accent pe învățământul profesional dual. După cum a arătat șefa ISJ Cluj, Marinela Marc, între cele 22 de licee cu promovabilitate 100% s-au regăsit și liceele tehnologice din Cluj-Napoca. Astfel, nu mai discutăm doar de învățământ dual sau de învățământ profesional, ci abordarea vizează **învățământul tehnologic-dual**, prin **colaborarea cu mediul de afaceri clujean**. Mai mult, conform noii legi a Educației, mai nou putem vorbi și de **învățământ superior dual**. „Angajatorii nu doresc o forță de muncă la nivel

primar calificată. Prin dezvoltarea tehnologiei, multe companii au nevoie de forță de muncă supercalificată. Județul Cluj și municipiul Cluj-Napoca pun accent pe **forța de muncă calificată pe anumite domenii. Învățământul dual este răspunsul concret la nevoia reală de a forma tineri calificați integrați pe piața muncii**, conectați la cerințele reale ale economiei”, a accentuat Marinela Marc, inspector școlar general ISJ Cluj.

ANCA ALMĂJAN (EUROLIFE FFH): „NU MAI LUPTA CU TOȚI URIAȘII – PROTEJEAZĂ-ȚI AFACEREA ȘI CONCENTREAZĂ-TE PE CREȘTERE!”

Anca Almăjan, Commercial Development Manager la Eurolife FFH Asigurări, a adus





asigure continuitatea atunci când apare imprevizibilul.”

DEER ESTE UN PILON CHEIE AL DEZVOLTĂRII JUDEȚULUI

DEER a fost prezentă la evenimentul strategic organizat la Cluj, dedicat consolidării parteneriatelor dintre mediul de afaceri, administrația locală și mediul educațional, în vederea unei dezvoltări durabile. Compania a fost reprezentată de **Paul Negrea, Director al Direcției Afaceri Corporative**, care a subliniat rolul esențial al DEER, în calitate de operator de distribuție, în asigurarea infrastructurii energetice necesare dezvoltării județului Cluj.

„DEER este un pilon cheie al dezvoltării județului și investește constant în modernizarea și digitalizarea rețelei electrice, pentru a oferi utilizatorilor un serviciu de distribuție de înaltă calitate. Investițiile noastre susțin nu doar progresul economic al Clujului, ci și crearea unui viitor sustenabil și sigur pentru comunitate”, a punctat Paul Negrea.

SOLUȚII AV MODERNE PENTRU UNIVERSITĂȚI

Valentin Dumitru, Education Advisor la GBC® a evidențiat importanța parteneriatelor dintre mediul academic și mediul de afaceri, precum și rolul tehnologiei în modernizarea sistemului educațional. În intervenția sa, Valentin Dumitru a prezentat portofoliul GBC® dedicat mediului universitar, care include:

- videowall LED pentru amfiteatre și spații

o perspectivă esențială asupra rezilienței antreprenoriale: rolul asigurărilor în strategia de creștere a IMM-urilor. Prezentarea sa, intitulată sugestiv *„Business-ul în fața neprevăzutului”*, a completat perfect temele majore ale evenimentului – colaborarea dintre mediul de afaceri, educație și administrație – adăugând o dimensiune crucială: protecția afacerilor în fața riscurilor neprevăzute.

EUROLIFE FFH – UN PARTENER DE ÎNCREDERE PENTRU MEDIUL DE AFACERI

Parte a grupului internațional Fairfax, Eurolife FFH activează de peste 18 ani pe piața românească și are în portofoliu 1,5 milioane de polițe individuale și peste 60 de milioane de lei despăgubiri plătite. Compania colaborează cu circa 500 de parteneri, oferind soluții flexibile, rapide și eficiente pentru diverse nevoi de protecție.

RADIOGRAFIA MEDIULUI IMM DIN ROMÂNIA

Pe baza *Cărții Albe a IMM-urilor 2025*, Eurolife FFH a prezentat o imagine clară a economiei românești:

- 44,76% dintre IMM-uri activează în servicii,
- 19,74% în industrie,
- 17,42% în comerț,
- 9,48% în construcții și
- 4,96% în transporturi.

Totuși, doar 16,5% dintre antreprenori consideră mediul economic favorabil, în timp ce 57% îl percep ca nefavorabil. În plus, 77,8% dintre întreprinderile mici și mijlocii se autofinanțează, doar 22,8% accesează fonduri europene, iar 11,6% recurg la credite bancare. „Aceste cifre arată o realitate dură – antreprenorul român este un adevărat *David care se luptă cu uriași*”, a explicat Anca Almăjan. „Agilitatea este arma lui secretă, dar pentru a rămâne competitiv are nevoie și de protecție – un scut care să-i



mari, fabricate în România, cu integrare completă în platforme educaționale;

- sisteme de sonorizare profesională și microfoane cu beamforming pentru claritate acustică;
- display-uri interactive și software educațional dedicat profesorilor, pentru predare colaborativă;
- soluții de predare hibridă, cu camere PTZ și integrare Zoom/Teams/LMS, care facilitează atât prezența fizică, cât și cea online.

INOVAȚIA, MOTOR PENTRU EDUCAȚIE

Un alt punct-cheie al prezentării a fost dedicat laboratoarelor de realitate virtuală (VR) și echipamentelor LD Didactic, menite să susțină predarea experimentală în domenii precum științe, inginerie, chimie sau biologie. Prin aceste soluții, GBC® sprijină procesul de digitalizare a educației și oferă studenților o experiență de învățare practică și interactivă.

AEROPORTUL INTERNAȚIONAL CLUJ CONTRIBUIE SEMNIFICATIV LA DINAMIZAREA ECONOMICĂ A REGIUNII

Aeroportul Internațional Cluj contribuie semnificativ la dinamizarea economică a regiunii: circa 30% din traficul aerian de pasageri este reprezentat de segmentul de business, a anunțat Sorin Costaș, șef serviciu marketing Aeroportul Internațional Cluj.



Aeroportul Internațional Cluj este principala poartă de intrare în județ, fiind un *reper de bune practici în dezvoltare*. „An de an, de la Cluj, *rețeaua de rute se îmbogățește*. Avem în mod constant 10-11 operatori aerieni de zboruri regulate. Unii dintre aceștia fac și zboruri sezoniere, mai ales în perioada verii, sau charter turistice, iar rețeaua de destinație este între 55 și 65 de destinații”, a declarat Sorin Costaș. Circa 27% - 30% este reprezentat de *trafic de pasageri în scop turistic*, iar diferența este reprezentată de *traficul românilor care călătoresc spre marea diasporă românească*. Acest 30% de trafic de pasageri în scop de business ne dă încrederea că *Aeroportul Cluj își îndeplinește rolul său de catalizator pentru mediul de afaceri, motor de dezvoltare al întregului județ și pentru municipiul Cluj-Napoca*”, a adăugat Sorin Costaș. Spre

exemplu, la nivel intern, zborurile între Cluj și București oferă o gamă tot mai diversificată: pe lângă Tarom, alte două companii – HiSky și AnimaWings – vin cu o ofertă de 10-14 zboruri pe săptămână, aproape câte 2 zboruri pe zi pentru fiecare dintre ele. „Acest aspect contribuie la dezvoltarea relațiilor de business între Capitală și Capitala Transilvaniei”, potrivit șefului serviciului de marketing al Aeroportului Cluj. De asemenea, Clujul oferă conexiuni foarte bune către hub-uri aeriene precum Munchen, Varșovia, Zurich și Istanbul.

3,5 MILIOANE DE PASAGERI ÎN 2025

„În 2025, Aeroportul „Avram Iancu” va ajunge la 3,5 milioane de pasageri. Este al treilea an în care aeroportul depășește trei milioane de pasageri într-un an calendaristic. *Suntem singurul aeroport regional din România cu o astfel de performanță*”, a adăugat Sorin Costaș. Aeroportul Internațional Cluj derulează proiecte de investiții strategice în modernizarea infrastructurii și extinderea capacității operaționale, cu scopul de a susține ritmul de creștere și de a răspunde cerințelor unui trafic aerian tot mai complex. Prin aceste demersuri, Aeroportul Internațional „Avram Iancu” își consolidează angajamentul de a rămâne un partener de încredere pentru comunitatea locală și pasagerii săi.

Articol realizat cu sprijinul
Monitorul de Cluj și Ziarul Pozitiv





Cine au fost premianții Galei Club Antreprenor, ediția a XXIII-a, 23.09.2025



Club Antreprenor – revistă de educație, cultură și acțiune antreprenorială a organizat marți, 23 septembrie 2025, ediția a XXIII-a a Galei Club Antreprenor, eveniment în cadrul căruia s-a lansat numărul 23 al publicației cu același nume. Au participat peste 300 de invitați – antreprenori, consultanți, reprezentanți ai asociațiilor profesionale și ai federațiilor patronale, ONG-uri, jurnaliști. Gala s-a desfășurat în Clubul Quantic - Șoseaua Grozăvești nr. 82, Sector 6, București. A fost o Gală specială, revista aniversând 5 ani de la lansare.

Mai întâi dorim să le mulțumim frumos partenerilor acestui eveniment:

Camera de Comerț și Industrie București;
Clubul Quantic; Dana Busini Law Office;
Restaurantul Melly; German Quality Entertainment; NN; Schlumberger; Mozart Chocolate Liqueur; Sweet Moments;
Editura Integral; Transfer Business; Global Print; AbilityHUB; GBC EXIM; Orion Security; Transilvania Nuts; Nutribon; Hotelul ibis Bucharest Politehnica; Perfect Royal Events; Domeniile Ostrov; Tudor Communications; Cumpăna 1993; Dynamic Business Connections; Fundația „Pentru o Românie Modernă”; Clubul de afaceri Prezidențial Club ABC; Regivero; IMAR Skin; Hair Artisan; Magic Charms; Artesana; Atelierul de creație Helen Vișan; ROMGAZ.

Partenerii Media:

Ziarul Pozitiv; Business Catalog; Bursa; Canal 33; FinZoom; Radio Seven; revista Piața; Money Buzz; Curierul Național; AgroTeca; InformaTeca; Comentator; Columna TV; SMARTfinancial.ro; BrandInfo.ro; SmartPromo.ro; OraExacta.net; Info Ploiești City; TheDaily.ro; Comunicate de Afaceri; PRwave; Community Index; Revista Patronatului Român.

Mulțumiri speciale partenerilor de la Ziarul Pozitiv! Totodată, dorim să le transmitem aprecierile noastre tuturor abonaților, celor prezenți la această Gală și tuturor celor care au contribuit la apariția ediției cu numărul 23 a publicației Club Antreprenor.

**Revista Club Antreprenor –
Ediția a XXIII-a, septembrie 2025**



Înainte de ceremonia de premiere a fost o sesiune de mesaje din partea partenerilor Galei.

Au vorbit următorii

Alina Răducan, Fondator, Sweet Moments

Alexander Avram, reprezentant German Quality Entertainment

Anca Anghel, Director General, Orion Security
Cristina Netea, Head of Value Proposition & Health Business, NN Asigurări de Viață

Florin Dănilă, Fondator și Director General, Cumpăna 1993

Valentin Dumitru, Expert Soluții Audio-Video pentru Antreprenori, GBC EXIM

Luca Drăgan, Managing Partner, Transfer Business

Dana Nuță, Director General, AbilityHUB

Andreea Popescu, Cofondator, Restaurantul Mellya

Avocat Dana Busini, Fondator, Dana Busini Law Office

PREMIANȚII GALEI CLUB ANTREPRENOR

Asociația Culturală Grivița 53

Premiul pentru inaugurarea Teatrului Grivița 53



PGC SECURITY EXPERT

Nicolae Molnar, Fondator

Premiul pentru prevenție și management de risc în industria de securitate fizică



Atelierul de creație Helen Vișan

Premiul pentru excelență în design vestimentar



Helen Vișan, fondator și designer

The Brandoers

Premiul pentru excelență în servicii de marketing și de branding



Bogdan Ladaru, Fondator

Clubul Quantic

Premiul pentru contribuția substanțială la dezvoltarea comunității rock din România



Cristian Filip, Co-fondator, Quantic

Echipa ARCAS de la Colegiul Național „Grigore Moisil” din București

„Premiul „Inovație prin Educație”, pentru performanța internațională remarcabilă în domeniul explorării spațiale



Mihai Despina

Premiul pentru excelență și inovație în **hairstyling**



Mihai Despina, Hair Artisan, Trainer & The artisans Founder



Regivero

Premiul pentru calitatea produselor oferite clienților



Laura Piscuc, Director General



Fundația „Pentru o Românie Modernă”

Premiul pentru organizarea la Chișinău a campaniei „Donează sânge, salvează vieți!”, parte a proiectului umanitar „Din Suflet”.



Gabriel Răzvan Toader, Președinte

Dana Roșu, wedding planner și mentor pentru viitoarele organizatoare de nunți

Premiul Leader în educația premium pentru viitorii wedding planners din România



Dana Roșu

AnimaWings

Premiul pentru expansiunea spectaculoasă și pentru viziunea de a crește turismul de incoming în România



Diana Dima, Chief Commercial Officer AnimaWings

SQB Robotics

Premiul pentru dezvoltarea Proximart, primul magazin de proximitate 100% automatizat și robotizat, deschis non-stop, fără intervenție umană



Alexandra Boros, Co-Founder și CMO

Centrul de Soluționare Alternativă a Litigiilor în domeniul Bancar (CSALB)

Premiul pentru consolidarea încrederii între bănci și consumatori



Cătălin Bălan, Specialist PR, CSALB

Wens Travel

Premiul de excelență pentru susținerea economiei locale și promovarea valorilor românești



Mihaela Călușer, Fondator

Hanul Dragomirești

Premiul pentru măiestrie culinară și pentru contribuția substanțială la reușita evenimentelor organizate de Club Antreprenor



Denisa Neagu, Proprietar

Sweet Moments

Premiul pentru excelență și măiestrie în arta cofetăriei



Alina Răducan, Fondator

Femi.Eko®

Premiul pentru inovație și sustenabilitate în îngrijirea menstruală



Narcisa Christiansen, Owner

Leader Team Broker

Premiul pentru excelență în asigurările corporate



Răzvan Rusu, Fondator

AbilityHUB

Premiul pentru excelență în identificarea talentelor și integrarea durabilă a persoanelor cu dizabilități



Dana Nuță, Director General, AbilityHUB

Transfer Business

Premiul pentru excelență în consultanța privind cesiunea de afaceri



Luca Drăgan, Managing Partner, Transfer Business

GBC

Premiul pentru excelență în proiectarea și furnizarea de soluții audio-video integrate



Valentin Dumitru, Expert Soluții Audio-Video pentru Antreprenori

Orion Security

Premiul pentru excelență în servicii de pază și protecție



Anca Anghel, Director General

Cumpăna 1993

Premiul pentru parteneriatul sustenabil cu clienții B2B și B2C



Alexandra Raduna, Marketing Manager, Cumpăna 1993

NN

Premiul pentru excelență pe piața asigurărilor de viață și pentru contribuția la creșterea educației financiare a clienților



Cristina Netea, Head of Value Proposition & Health Business

Andreea Popescu, cofondator, Restaurantul Mellya

Premiul pentru exclusivitate, eleganță și profesionalism în organizarea de evenimente



Andreea Popescu

Dana Busini Law Office

Premiul pentru excelență în calitatea serviciilor oferite clienților



Dana Busini, Fondator

Tipografia Global Print

Premiul special pentru prima tipografie care obține certificarea ESG

Un impact semnificativ în producția de Ambalaje și standuri POSM Display



După ceremonia de premiere, publicul a fost încântat de concertul susținut de formația **Nightlosers.**



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.

TNF 2025: Companiile de top din România generează un profit din exploatare de 25,9 miliarde euro



Camera de Comerț și Industrie a României (CCIR) a publicat rezultatele Topului Național al Firmelor 2025, cel mai important clasament al celor mai performante companii din România, realizat pe baza analizei a 917.881 de bilanțuri financiar-contabile.

Cele 13.078 de companii clasate pe primele 10 poziții din cele șapte domenii de activitate analizate (industrie, servicii, comerț, turism, cercetare-dezvoltare și high-tech, agricultură-silvicultură-pescuit și construcții) au înregistrat un profit din exploatare de 25,9 miliarde euro, în creștere cu 1,37% față de anul anterior. Acest profit

reprezintă 9% din cifra totală de afaceri, care a depășit 287 miliarde euro (+6,07%). Industria se evidențiază ca cel mai profitabil sector, concentrând 38,68% din profitul total al companiilor clasate, cu o marjă de profit de 10,63%. Din perspectiva cifrei de afaceri, comerțul deține cea mai mare pondere (43,98%), urmat de industrie (32,83%) și servicii (13,14%).

DESPRE TOPUL NAȚIONAL AL FIRMELOR

Camera de Comerț și Industrie a României (CCIR) realizează, începând din 1994, Topul

Național al Firmelor (TNF), fiind singura instituție abilitată printr-o lege organică să stabilească o astfel de ierarhie la nivelul întregii țări. Pentru ediția 2025, au fost analizate 917.881 de bilanțuri financiar-contabile, dintre care 356.105 au intrat în competiția pentru primele 10 poziții, în conformitate cu metodologia implementată de Camerele de Comerț din toate județele țării. Clasamentul se bazează pe cinci indicatori economici esențiali: cifra de afaceri netă, profitul din exploatare, rata profitului din exploatare, eficiența utilizării resurselor umane și eficiența utilizării capitalului angajat.

STIHL a investit 125 de milioane de euro la Oradea într-o fabrică dedicată exclusiv producției de echipamente pe acumulatori

Grupul german de familie STIHL Group a inaugurat oficial prima sa unitate de producție dedicată exclusiv echipamentelor pe acumulatori, la Oradea, România. Investiția, în valoare de 125 de milioane de euro, reprezintă un moment important în procesul de transformare al companiei către tehnologia pe baterii și consolidează prezența sa industrială în Europa. Proiectată ca un element central al rețelei internaționale de producție, fabrica va juca un rol esențial în satisfacerea cererii tot mai mari pentru produse pe acumulatori pe piețele europene.

Construcția a început în martie 2024 și a fost finalizată în mai puțin de 18 luni. Fabrica își va crește treptat capacitatea de producție, urmând să atingă un volum anual de 1 milion de pachete de baterii până în 2026. Până în 2028, producția este estimată să ajungă la 1,8 milioane de pachete de baterii și 1,7 milioane de echipamente pe acumulatori. Inițial, fabrica va produce suflante pe acumulatori și pachete de baterii AP din gama profesională STIHL. În timp, portofoliul se va extinde pentru a include și alte echipamente pe acumulatori, precum motocoase, drijbe și alte unelte. Noua unitate dispune de 47.000 de metri pătrați de spațiu operațional, pe un teren cu o suprafață totală de 147.000 de metri pătrați. Fabrica este dotată cu linii de producție flexibile, multi-produs, și cu un nivel ridicat de automatizare, integrând principii ale Industriei 4.0, care asigură trasabilitate digitală, procese optimizate și o eficiență operațională remarcabilă. În cadrul evenimentului de inaugurare din 15 octombrie 2025, Prim-ministrul României, **Ilie Bolojan**, a subliniat importanța națională a investiției: „Fabrica STIHL din Oradea nu este doar o investiție economică. Este un semnal puternic că România poate fi un partener de încredere, o destinație industrială competitivă și un loc unde lucrurile se pot face bine, la standarde



europene. Această investiție înseamnă locuri de muncă, tehnologie de vârf, un transfer real de know-how și poziționarea României în centrul unei industrii aflate într-o transformare continuă. Le mulțumesc tuturor celor care au contribuit la acest proiect — echipei STIHL, autorităților locale, partenerilor tehnici și tuturor celor care au lucrat zi de zi pe șantier. Este rezultatul unei munci comune și responsabile”. Procesul de recrutare și instruire avansează constant. În prezent, fabrica are aproximativ 135 de angajați, iar până în 2028 se estimează că numărul acestora va ajunge la circa 700. STIHL își propune să devină unul dintre cei mai atractivi angajatori din regiune — oferind oportunități de carieră

pe termen lung, condiții moderne de lucru și o cultură organizațională apreciată de aproape 20.000 de angajați la nivel global.

O FABRICĂ DE ULTIMĂ GENERAȚIE

Fabrica din Oradea îmbină tehnologia avansată de producție cu un accent puternic pe sustenabilitate. Liniile de asamblare flexibile, multi-produs, permit adaptarea rapidă la diferite modele de baterii și tipuri de echipamente. Un nivel ridicat de automatizare și integrarea principiilor Industriei 4.0 asigură trasabilitate digitală, control al calității bazat pe date și o eficiență operațională ridicată.



Grupul Frizon a obținut o finanțare strategică de capital de lucru pentru dezvoltarea pe termen mediu și lung, asistat de PCF Investment Banking



Teofil Dascălu, cofondator și CEO al Frizon Group



Adrian Tudor, Manager, PCF Investment Banking

Grupul Frizon, unul dintre cele mai importante grupuri de agribusiness din România, asistat de PCF Investment Banking în calitate de consultant exclusiv, a obținut o finanțare strategică multicompanie acordată de CEC Bank, cu garanție emisă de Fondul de Garantare a Creditului Rural (FGCR). PCF Investment Banking a susținut Grupul Frizon în structurarea, negocierea și implementarea facilității de credit care va contribui la accelerarea dezvoltării operaționale a grupului și la consolidarea poziției acestuia pe piața agribusiness.

Mai exact, fondurile vor fi folosite de Grupul Frizon pentru finanțarea nevoilor de capital de lucru pe termen mediu și lung, precum și pentru susținerea planurilor de dezvoltare ale grupului în următorii ani. Grupul a avut anul trecut o cifră de afaceri de peste 112 milioane lei și mizează pe creștere în următorii ani. Ca parte a strategiei de dezvoltare, Grupul Frizon va continua să investească în dezvoltarea unor sisteme de irigații performante, care să deservească, în

următorii 2-3 ani, întreaga suprafață agricolă administrată de companie. Aceste investiții vor permite grupului să elimine principalul factor de risc din domeniul agriculturii, și anume seceta persistentă ce a afectat în ultimii ani agricultura românească.

„Tranzacția este una de referință pentru sectorul agricol din România, prin maturitatea extinsă care acoperă un ciclu de 7 ani. În contextul geopolitic actual și al presiunii tot mai mari în ceea ce privește schimbările climatice, agricultura are nevoie de capital pe termen mediu și lung, pentru a deveni cu adevărat sustenabilă și rezilientă. Structura agreeată ne permite să asigurăm un nivel optim de finanțare, aliniat unui ritm accelerat de dezvoltare și capabil să absoarbă volatilitatea ultimilor ani”, a declarat **Teofil Dascălu, cofondator și CEO al Frizon Group.**

Cu o echipă de peste 42 de angajați, Frizon administrează circa 4.500 ha de terenuri agricole, din care peste 50% sunt deja irigate. Grupul operează spații de depozitare de 65.000 tone și un parc de utilaje

moderne, semi-autonome, care susțin practici de agricultură regenerativă și sustenabilă.

„Noua structură de finanțare pentru Grupul Frizon demonstrează că există soluții bancare dedicate unui sector strategic. CEC Bank reconfirmă prin această facilități angajamentul său față de fermierii locali, printr-o maturitate extinsă și mecanisme adaptate ciclurilor agricole. Pentru PCF Investment Banking, participarea la această tranzacție înseamnă încă un demers care direcționează capitalul acolo unde produce cel mai mare impact: în economia reală”, a declarat **Adrian Tudor, Manager, PCF Investment Banking.**

Capacitatea Grupului Frizon de a iriga suprafețe extinse a permis companiei diversificarea către culturi cu valoare adăugată: grâu dur, porumb destinat bioplasticelelor biodegradabile, soia non-GMO și cultura cartofului - un segment în care România poate recupera rapid terenul pierdut și poate crea lanțuri locale competitive.

Premieră națională: ICI București și POLITEHNICA București construiesc prima AI Factory din România

România face un pas major în direcția consolidării capacităților sale digitale și de cercetare prin lansarea **RO AI Factory**, prima infrastructură națională de Inteligență Artificială, construită de **Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare în Informatică – ICI București (hosting entity)** și **Universitatea Națională de Știință și Tehnologie POLITEHNICA București**, alături de un consorțiu de parteneri academici, de cercetare și industrie.

România se numără printre cele șase țări europene selectate în cadrul ultimei runde de evaluare a programului EuroHPC – AI Factories, o inițiativă europeană dedicată dezvoltării de centre de inteligență artificială și supercomputing. RO AI Factory va include achiziția și operarea unui supercomputer de ultimă generație optimizat pentru inteligență artificială, precum și dezvoltarea unui set de servicii și infrastructuri avansate dedicate cercetării, mediului de afaceri și sectorului public.

Printre domeniile prioritare de aplicare se numără: producția și industria, securitatea cibernetică, științele vieții, serviciile publice digitale și sistemele autonome. Inițiativa va sprijini nu doar cercetătorii și universitățile, ci și startup-urile, IMM-urile și instituțiile publice, oferind acces la resurse de calcul de înaltă performanță, seturi de date, instrumente software și programe de formare.

„Rezultatul confirmă că România poate juca un rol important în transformarea digitală a Europei. RO AI Factory va fi piatra de temelie pentru viitoare proiecte europene de infrastructură AI, deschizând drumul către noi investiții, colaborări și parteneriate internaționale.” a declarat dr. ing. Adrian-Victor Vevera, Director General ICI București



Succesul acestui proiect reprezintă un moment semnificativ pentru cercetarea și inovarea românească. Sub coordonarea ICI București, proiectul își propune să transforme întreprinderile mici și mijlocii (IMM-urile) din simple utilizatoare de tehnologie în actori activi ai inovației, prin oferirea de servicii, formare și acces la infrastructuri moderne de inteligență artificială.

„Prin această investiție strategică, România se așază la masa marilor actori europeni în domeniul inteligenței artificiale. Politehnica București are tradiția, expertiza și resursa umană necesară pentru a transforma acest proiect într-un motor de progres științific și economic. Este o oportunitate unică de a construi aici, în România, tehnologii de vârf care să influențeze întreaga societate”, a declarat prof. univ. dr. ing. Mihnea Costoiu, rectorul universității POLITEHNICA București.

RO AI Factory va fi găzduită și co-coordonată de ICI București și POLITEHNICA București, reunind un consorțiu solid de parteneri naționali din cercetare, educație și

industrie Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca (UTCN), Institutul Național de Cercetare-Dezvoltare pentru Științe Biologice (INCDSB), Asociația Transilvania IT (ATIT), Institutul de Cercetare pentru Inteligență Artificială (ICIA), Consiliul Național al Întreprinderilor Private Mici și Mijlocii din România (CNIPMMR) și Asociația Hub-urilor de Inovare Digitală din România (RoDIH).

România devine parte activă a rețelei europene EuroHPC – AI Factories, contribuind la dezvoltarea unui ecosistem unitar, competitiv și etic al inteligenței artificiale în Europa. Celelalte proiecte selectate în cadrul acestei etape finale provin din Cehia, Spania, Polonia, Lituania și Țările de Jos state cu tradiție în domeniul supercomputingului și al tehnologiilor avansate. Alături de RO AI Factory, aceste inițiative vor forma o rețea europeană strategică de AI Factories, menită să stimuleze colaborarea între centrele de cercetare, universități și industrie, consolidând poziția Europei ca lider global în dezvoltarea și utilizarea responsabilă a inteligenței artificiale.

Conferința Națională a Asociației Inginerilor de Instalații din România

Ediția 60, 12-14 octombrie 2025, Casino Sinaia, România



În perioada **12-14 octombrie 2025**, la emblematicul Casino din Sinaia, s-a desfășurat **Ediția a 60-a a Conferinței Naționale AIIR** (CN AIIR 2025), un moment cu totul special în viața comunității inginerilor de instalații din România. Tema aleasă — *„Sinergii durabile în domeniul ingineriei instalațiilor pentru construcții: energie, mediu și digitalizare pentru un viitor rezilient”* — a conturat cadrul pentru un schimb de experiențe, prezentări tehnice provocatoare și dezbateri profesionale, relevând angajamentul constant al **AIIR** (Asociația Inginerilor de Instalații din România) față de inovație și responsabilitate față de mediu. Partenerii principali ai evenimentului au fost **CNRI** (Comitetul Național Român de Iluminat), **SIEAR** (Societatea de Instalații Electrice și Automatizări din România), **OAER** (Ordinul Auditorilor Energetici din România) și **Cluster TEC** (Technology Enabled

Construction). **Anca Manolescu** a reprezentat CNRI și SIEAR. Conferința a reunit 301 participanți — ingineri, cercetători, reprezentanți ai mediului academic, și factori de decizie din industrie, incluzând și 70 de studenți de la cele mai importante universități tehnice din țară — care au fost martorii unui program dens (39 de lucrări tehnice prezentate), structurat pe sesiuni plenare, workshop-uri tematice, expoziții de echipamente și standuri. Evenimentul s-a desfășurat în spații reprezentative, precum Sala Baccara pentru lucrările principale ale conferinței, Sala Prințul Dimitrie Ghica pentru workshop-uri și Sala Oglinzilor pentru expoziție (22 de expozanți care au asigurat interacțiunea directă între producători, companii inovatoare și participanți). Pe lângă specialiștii autohtoni au fost și participanți internaționali de marcă la CN AIIR 2025 - experți și lideri din domeniu, de

la ASHRAE și REHVA. Au fost prezenți 39 de invitați din străinătate (Franța, USA, Portugalia, Olanda, Irlanda, Italia, Ungaria, Serbia, Grecia, Estonia și Republica Moldova). Prezența acestora a conferit evenimentului o dimensiune internațională și a facilitat schimbul de bune practici din alte sisteme, abordări tehnologice și normative.

Un moment simbolic deosebit a fost că, în acest an, AIIR a devenit și asociație de utilitate publică, prin Hotărârea nr. 594/2025 (dată de 28 iulie 2025) — un semn de recunoaștere oficială pentru importanța activităților sale în sfera instalațiilor. Conferința a fost și ocazia de a marca alte aniversări importante: 75 de ani de învățământ la Facultatea de Ingineria Instalațiilor din București, 30 de ani de învățământ în limba franceză la aceeași facultate (cu această ocazie a fost decernat doamnei **Ilinca Năstase** premiul **„Iolanda Colda”**) și 20 de ani de la înființarea ASHRAE Danube Chapter. Lucrările prezentate au abordat teme de actualitate și perspectivă: eficiența energetică, digitalizarea sistemelor de instalații, tehnologii pentru mediu interior sănătos, modernizarea clădirilor existente pentru standarde ridicate, utilizarea prefabricatelor și a construcțiilor modulare, strategii pentru reducerea emisiilor și adaptabilitatea în context climatic variabil. De asemenea, accentul pe relevanța talentelor tinere pentru viitorul domeniului nu a lipsit, în contextul deficitului de forță de muncă calificată în sectorul instalațiilor. Organizatorii au pus la dispoziție posibilitatea urmăririi online a lucrărilor conferinței, Concursul Studentesc AIIR / REHVA și spectacolul aniversar fiind cu acces gratuit.

PUNCTE FORTE:

- Eveniment aniversar și temă actuală** – organizarea conferinței sub simbolul celor 60 de ediții a oferit un cadru festiv, dar și un prilej de reflecție asupra parcursului și direcțiilor viitoare ale profesiei.
- Prezență internațională de valoare** – invitații din străinătate au ridicat nivelul dezbaterilor și au adus exemple concrete de bune practici.
- Balans între teorie și practică** – workshopurile și standurile expoziționale au permis participanților nu doar să asculte, ci și să experimenteze și să interacționeze cu tehnologii și soluții reale.
- Implicare tineretului** – integrarea studenților în activitățile conferinței și organizarea Concursului Studențesc AIIR & REHVA (Diana Lemian, reprezentanta UTCB, a fost câștigătoarea din acest an) stimulează continuitatea de excelență în domeniu.
- Vizibilitate pentru sponsori și parteneri** – pachetele PLATINUM, GOLD și SILVER au oferit expunere semnificativă companiilor implicate.
- Adunarea Generală AIIR** - în unanimitate s-a votat - împuternicirea CD pentru începerea procedurii de reorganizare a AIIR - în contextul dobândirii statutului de Asociație de Utilitate Publică.

În încheiere, exprimăm cele mai sincere mulțumiri tuturor celor care au făcut posibil acest eveniment de excepție:

- **Participanților**, care au ales să fie prezenți, să împărtășească experiență, să contribuie la dezbateri și să își dedice timp în agenda aglomerată — fără voi, conferința nu ar fi avut valoarea ei reală.
- **Speakerilor și invitaților străini și naționali** care, prin calitatea intervențiilor, au ridicat ștacheta discuțiilor și au inspirat audiența cu perspective avansate și viziuni inovatoare.
- **Studenților și tinerilor ingineri** care au adus prosepțime și energie, participând activ în sesiuni și concursuri, asigurând astfel viitorul asociației și al domeniului.
- **Sponsorilor, partenerilor și companiilor expozante:** SCC Erbașu, Clivet, EGMS / G. Klampfer, Daikin, Doset Impex, Armstrong, Thetys Pumps / Ecol Unicon, Ecovent, Sunfly, Gaz Vest Rețele, Viessmann, Grundfos, Vitastal Consulting, Ronal, Testo, ABB, Eaton, Wilo, EIBC, Sellm, Pald, Amteh International, Schneider Electric, Darcom Energy, Aquatim, Criomec SA, Honeywell, Somial, Noark, Tech Controllers / Sinum, Climatherm, Dinu Instal și Saem Energomontaj SA, care, prin generozitatea lor au susținut logistic, financiar și prin expunere

derularea acestei ediții aniversare.

Sprijinul vostru nu este doar apreciat, ci indispensabil pentru succesul conferinței.

- **Echipei organizatorice AIIR**, care a lucrat cu dedicare pentru ca totul să fie pus la punct: de la logistică până la coordonarea activităților pe teren, cu o mențiune specială pentru suportul tehnic asigurat de compania **AP-Studio** din Brașov.

“Ne bucurăm să spunem că Ediția a 60-a a CN AIIR nu a fost doar un prilej de celebrare a unei tradiții de șase decenii, ci un moment de reconfirmare a responsabilității noastre profesionale: să continuăm să inovăm, să colaborăm și să proiectăm instalații moderne, sustenabile și eficiente pentru clădirile viitorului. Cu speranța că ne vom regăsi cu aceeași energie și pasiune la ediția viitoare, mulțumim tuturor celor care au adus acest eveniment la viață și vă invităm de pe acum să rezervați datele de 11-13 octombrie 2026 pentru a ne reuni la Casino Sinaia pentru cea de-a 61-a ediție a Conferinței Naționale a Asociației Inginerilor de Instalații din România.”

Dr. Ing. Ioan Silviu Doboși, Președinte AAIR
și

Conf. univ. dr. ing. Cătălin Lungu,
Vicepreședinte AIIR

Contact:

office@aiiro.ro
+40 727.791.833



JTI lansează Ploom AURA în România



Takehiko Tsutsui, Executive VP, Reduced Risk Products, JTI



Alexander Pitchka, General Manager JTI Romania, Moldova și Bulgaria



Marian Zamfir, Director de Marketing JTI România, Moldova și Bulgaria

JTI aduce în România Ploom AURA, cel mai inovator dispozitiv de încălzit tutunul din portofoliul global al grupului. Ploom AURA, conceput pentru a răspunde preferințelor în continuă schimbare ale consumatorilor adulți existenți, oferă o experiență senzorială premium și personalizată. Dispozitivul este disponibil online pe www.ploom.ro, în insulele Ploom dedicate din centrele comerciale și în magazine selecționate.

„În categoria produselor cu risc redus (PRR), ne concentrăm pe oferirea unor produse de calitate bazate pe tehnologie, înțelegerea nevoilor consumatorilor adulți și experiență, iar eu cred cu tărie că Ploom AURA întruchipează toate aceste aspecte și încă multe altele. Deschiderea României către tendințele emergente și apetitul pentru experiențe care implică tutun de înaltă calitate o transformă într-o piață ideală. Mai mult decât o lansare de produs, acest moment consolidează brandul nostru global și reflectă o investiție pe termen lung în crearea unui viitor mai bun pentru consumatorii adulți”, a declarat

Takehiko Tsutsui, Executive VP, Reduced Risk Products, JTI.

Pentru a susține dezvoltarea categoriei produselor cu risc redus (PRR), compania intenționează să investească 650 de miliarde de yen (aproximativ 3,7 miliarde de euro) în perioada 2025–2027, în special în rezerve de încălzit tutunul, cu accent pe eforturile de comercializare, cercetare și dezvoltare, precum și pe cheltuieli de capital. „Această lansare marchează un moment de referință în parcursul nostru de succes. Prin introducerea celui mai avansat dispozitiv din portofoliul nostru global pentru consumatorii adulți din România, ne reafirmăm angajamentul de a ne depăși limitele. Acest moment reflectă, de asemenea, valorile care ne ghidează modul de a face business – angajamentul față de sustenabilitate, respectul pentru consumatorii adulți și libertatea lor de alegere. Ne mândrim cu contribuția la construirea unui viitor mai bun, în care inovația se îmbină armonios cu dezvoltarea durabilă”, a adăugat **Alexander Pitchka, General Manager JTI Romania, Moldova și Bulgaria.**

Ploom AURA păstrează curbele delicate și naturale caracteristice brandului inițial Ploom, evoluând într-un design mai compact și suplu – o combinație armonioasă de eleganță și confort. Dispozitivul intensifică aroma prin tehnologia de încălzire Smart HeatFlow™, oferind satisfacție senzorială și o experiență autentică de tutun – fără mirosul de fum.

Create special pentru Ploom AURA, rezervele Sobranie completează experiența prin amestecuri premium și tehnologia CleanSeal – o barieră sofisticată, concepută pentru a preveni pierderea tutunului în interiorul dispozitivului.

„Consumatorii adulți de tutun din România sunt acum pregătiți pentru Ploom AURA, pentru că își doresc mai mult decât simple produse, fiind în căutarea unor soluții care să se alinieze stilului lor de viață și preferințelor în continuă schimbare. De aceea, Ploom AURA a fost conceput având în vedere nevoile lor, oferindu-le un dispozitiv inovator pe care să îl poarte cu încredere și mândrie”, a precizat **Marian Zamfir, Director de Marketing JTI România, Moldova și Bulgaria.**

Abonament 12 luni la Club Antreprenor

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

Promovare eficientă, networking real, idei noi și colaborări pe termen lung.

Pentru următoarele 12 luni abonamentul la Club Antreprenor este următorul.

Abonament integrat 12 luni: 3.000 de lei + TVA

Beneficiile abonamentului:

- Un articol / lună (1x12) publicat pe clubantreprenor.ro și pe rețelele de socializare.
- Un articol / interviu de o pagină într-o ediție a revistei tipărite Club Antreprenor, la alegere. Sunt 9 ediții / an (februarie, martie, aprilie, mai, iunie, septembrie, octombrie, noiembrie și decembrie).
- Un premiu la una dintre Gale, la alegere. Sunt 9 Gale pe an, lansarea revistei se face în cadrul Galei.
- Sugestie - Premiul ar trebui să fie la Gala unde se lansează revista în care va fi publicat articolul / interviul dumneavoastră.
- Acces fizic (în audiență) la toate evenimentele organizate de Club Antreprenor. Aveți și acces la prezentările vorbitorilor și la înregistrarea video integrală a conferințelor și a Galelor.
- Diseminarea postărilor abonaților în social media (Facebook și LinkedIn).



Despre Club Antreprenor

Echipa Club Antreprenor editează revista tipărită Club Antreprenor. În perioada 2020-2024 publicația a avut o apariție trimestrială - martie, iunie, septembrie și decembrie. Din februarie 2025 am trecut la un format cu 9 ediții pe an (februarie, martie, aprilie, mai, iunie, septembrie, octombrie, noiembrie și decembrie).

Fiecare ediție se lansează în cadrul unei Gale. Reprezentanții companiilor care sunt prezente în revistă au ocazia să se conecteze cu alți antreprenori. Conceptul nostru este unul integrat - promovare în revista tipărită, pe site-ul clubantreprenor.ro și pe social media + Networking la Gală (unde participă de obicei 100-120 de invitați).

De asemenea, deținem site-ul clubantreprenor.ro (cu peste 35.000 de cititori unici lunar și domain rating 49). Site-ul clubantreprenor.ro contribuie la dezvoltarea unei culturi a antreprenoriatului în țara noastră, cultură bazată pe inovație, viziune, tenacitate, gândire pozitivă, educație financiară, educație juridică și educație civică. Site-ul clubantreprenor.ro se distinge prin calitatea articolelor, analizelor și interviurilor publicate. Totodată, pentru a veni în sprijinul antreprenorilor, organizăm conferințe B2B axate pe diverse domenii: construcții, achiziții publice, concurență, deșeuri / mediu, exporturi, transporturi și infrastructură, energie, fiscalitate, agricultură, medicină și farmacie, proprietate intelectuală, criminalitate cibernetică, turism, insolvență, etc.

MĂESTRIE
AUTENTICITATE
RAFINAMENT



www.galeriahandmade.ro