



Nr. 26, decembrie 2025

clubantreprenor.ro

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



Interviu cu

Rodica Diaconescu

Fondator, Konkret Medical Center

PACIENȚII SUNT INIMA KONKRET MEDICAL CENTER



electroinstal solution

marcă europeană înregistrată

OFICIUL UNIUNII EUROPENE PENTRU
PROPRIETATE INTELECTUALĂ Nr. 019117844

Electroinstal Solution OFICIUL DE STAT
PENTRU INVENȚII ȘI MĂRCI (OSIM) Nr. 201653

Electroinstal Solution oferă soluții integrate
în instalații electrice, securitate, rețele IT și automatizări.
Cu peste 15 ani de experiență, livrăm proiecte “la cheie”
în domeniul civil, comercial și industrial.



SOLUTIONS:

- Electrical Installations
- IT & Communications
- Commercial & Industrial Solutions
- Security
- Automatizations
- Parking

SERVICES:

- Consulting
- Design
- Purchasing
- Installation
- Systems Integration
- Service & Maintenance

CONTACT

45, VATRA LUMINOASA STREET,
DISTRICT 2, BUCHAREST

PHONE: +40 758 809 080

LANDLINE: 0374 037 037

EMAIL: OFERTARE@EIS.COM.RO

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 52). 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.



4

INTERVIUL EDIȚIEI

Pacienții sunt inima Konkret Medical Center

Interviu cu
Rodica Diaconescu,
Fondator, Konkret Medical Center

CLUB ANTREPRENOR

10 Clienții nu caută doar furnizori, ci parteneri care își asumă responsabilitatea rezultatelor

Interviu cu David Coyne,
CEO și Fondator, EASYDO Group

14 Clinicile Affidea România sunt un partener de încredere al sistemului public de sănătate

Interviu cu Răzvan Predica, Chief Commercial Officer Affidea și Cluster CEO România, Grecia și Ungaria

18 Instalațiile electrice vor fi mult mai importante pentru proiectele de construcții și infrastructură

Interviu cu Gabriel Mocanu, Director General, Electroinstal Solution

22 Vinul a devenit un simbol al stilului de viață

Interviu cu Gianina Badea, Manager „Dionysos” - Casa de Vinuri Selecționate

28 2025 a fost un an al consolidării și al creșterii sustenabile

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

31 Povestea Brandului “Depozit de Legume”

Articol de Trandafira Postea, distribuitor local de legume și susținător al muncii cinstite

32 Am reușit să sprijinim un număr considerabil de start-up-uri și IMM-uri în accesarea fondurilor europene și guvernamentale

Interviu cu Elena Camelia Ciocan, Fondator, SAINT INTERNATIONAL

36 RADIOCOM - o entitate strategică pentru statul român și un partener de încredere pentru antreprenori

Interviu cu Mădălin - Cornelii FRUNZETE, Director General, Societatea Națională de Radiocomunicații S.A. (RADIOCOM)

38 De la pasiune la un business solid și eficient

Interviu cu Viorica Toader, Director General, Arhivator

40 Suntem un reper european în zona produselor apicole ecologice premium

Interviu cu Cosmin Herța, CEO, Herța Bio Apicole

42 Artesana este o familie mai mare, nu doar o companie

Interviu cu Alina Donici și Daniel Donici, Fondatorii Artesana

46 Fiecare client crede că problema lui este unică. Și așa și trebuie să fie pentru un avocat

Interviu cu Vlad-Andrei Novaseliv, Fondator, Cabinetul de Avocat Novaseliv Vlad-Andrei

48 Evoluția Insolvențelor în 2025 și instrumente de prevenție a colaborărilor riscante

50 Ioana Gheorghe – arhitecta momentelor impecabile

54 Hairstylingul este mult mai mult decât o meserie — este artă

Interviu cu Olga Barcari, hairstylist

56 Dacă nu îți e frică de adevăr, uite 10 motive să îți listezi firma pe bursă

Marius Alexe, antreprenor, investitor pe piața de capital și membru în consiliul de administrație la o serie de companii listate la BVB

58 Gala Balkan – O punte culturală între România și Turcia

59 Prezențial Club ABC – o prezență activă pe scena internațională

60 Inovație, securitate și transformare digitală: România pe harta parteneriatelor strategice NATO și IBM

61 Prezențial Club ABC și Fundația pentru o Românie Modernă au fost recunoscute pentru excelență la Gala Club Antreprenor

62 Cea mai Autentică Gală Caritabilă de Crăciun – Magia care a adus lumină comunității

OPINIA SPECIALISTULUI

52 Reflecții asupra stabilității emoționale într-o lume hiper-digitalizată

Cristina Anghel, Psiholog Clinician – Psihoterapeut, Fondator al Metodei terapeutice EU SUNT

PERSONALITĂȚI

64 România are nevoie de antreprenori care să construiască nu doar business-uri, ci adevărate «simfonii» care să dureze generații

Interviu cu Rodin Moldovan, Violoncelist

NR. 26, DECEMBRIE 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

CĂTĂLIN DUMITRESCU, SENIOR EDITOR

CATALIN.DUMITRESCU@CLUBANTREPRENOR.RO

DARIUS BUZGURE, REDACTOR

DARIUS.BUZGURE@CLUBANTREPRENOR.RO

CLARA IONESCU – 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.

POSM Display



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

www.largeformat.globalprint.ro

Pacienții sunt inima Konkret Medical Center

Interviu cu Rodica Diaconescu, Fondator, Konkret Medical Center

Ați deschis Konkret Medical Center în aprilie 2025. Când v-a venit ideea, când ați conceput proiectul? Cât timp a durat construcția?

Ideea s-a cristalizat în urmă cu un an și jumătate, odată cu conturarea proiectului meu de suflet, MYA Special Care. Analizând piața, am simțit nevoia acută de a crea un ecosistem, nu doar o simplă clinică. Aveam nevoie să ofer servicii medicale de specialitate care să funcționeze ca pilon principal de suport și expertiză pentru acest viitor centru. Întrucât proiectul MYA este unul de anvergură, care necesită timp de implementare și fonduri considerabile, am decis să încep strategic, cu o bază medicală solidă.

Obiectivul a fost dublu: pe de o parte, să asigur un flux financiar sustenabil, iar, pe de altă parte, să construiesc și să sudez o echipă medicală implicată, capabilă să ofere servicii la standarde europene încă de la început. Am ales locația din Ghencea strategic, nu doar pentru potențialul zonei, ci și pentru că este situată în proximitatea viitorului centru MYA Special Care din Măgurele, Ilfov, facilitând astfel logistica dintre cele două entități pe viitor.

Construcția clinicii a durat aproximativ șase luni, un ritm alert pentru complexitatea lucrării. A fost un proiect care a necesitat o atenție deosebită la detalii. Domeniul medical este, pe bună dreptate, extrem de bine reglementat și restrictiv în privința materialelor, a circuitelor funcționale și a normelor de igienă. Am ales de la început calea calității absolute, refuzând orice compromis, chiar dacă acest lucru a presupus o investiție ce a depășit estimările inițiale. Sunt însă foarte mulțumită de rezultat și, mai ales, de faptul că am obținut toate avizele de funcționare din prima încercare, fără nicio solicitare de rectificare, ceea ce confirmă seriozitatea cu care am abordat acest business.

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

Dezvoltarea clinicii a fost un pariu ambițios. Deși vin din mediul de business, având experiență în management, interacțiunea mea anterioară cu domeniul medical era strict din perspectiva pacientului. Însă, un antreprenor veritabil știe că, indiferent de domeniu, activul cel mai de preț este echipa. Am planificat totul riguros, iar în momentul execuției, lucrurile au decurs rapid și coerent. Echipa a demonstrat o capacitate fantastică de adaptare, găsind soluții eficiente la orice obstacol. Stilul meu de leadership se bazează pe autonomie și încredere reciprocă; nu fac micromanagement, ci ofer viziune. Provocarea majoră, într-o piață a muncii marcată de exodul medicilor, a fost să găsec oamenii potriviți – acei profesioniști curajoși și ambițioși, care să rezoneze cu valorile mele și să nu trateze medicina doar ca pe o tranzacție. Cred că talentul esențial al unui lider este capacitatea de a descoperi acești oameni și de a le oferi încredere, validare și un mediu în care să poată performa. Odată sudată această echipă, riscul de eșec scade dramatic. Fiind o fire perfecționistă, mi-am dorit un concept unitar de la care să nu abdicăm: un spațiu primitiv, unde pacientul să fie tratat cu empatie reală. Prea des, pacientul aflat într-o situație vulnerabilă este forțat să se adapteze toanelor sau rigidității sistemului. Noi am spart această barieră. Am eliminat acea relație ierarhică și învechită dintre medic și pacient. Aceasta a fost viziunea centrală, totul gravitând, în final, în jurul misiunii MYA Special Care.

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

În 2025, digitalizarea nu mai este un lux sau o opțiune, ci o necesitate strategică pentru supraviețuire și excelență. Am implementat soluții avansate pentru a asigura sustenabilitatea pe termen lung și calitatea actului medical. Parteneriatul cu Flowmatiq s-a dovedit a fi o alegere excelentă, tocmai pentru că au înțeles că nu accept răspunsul „nu se poate”. Au optimizat totul, de la administrare la securitatea datelor, livrând soluții personalizate.

Beneficiile sunt concrete și se traduc pe două planuri majore. În plan operațional, am redus costurile prin eliminarea birocrăției (dosare fizice, rețete pe hârtie) și automatizarea sarcinilor repetitive (programări, facturare). Acest lucru ne permite să menținem prețuri competitive pentru pacienți, transferând economiile operaționale în calitatea serviciilor.

În plan medical, digitalizarea înseamnă timp câștigat pentru pacient – resursa cea mai prețioasă. Fluxurile optimizate permit medicilor să se concentreze pe îngrijire, nu pe completarea de formulare. Dosarele electronice (EMR) oferă acces instantaneu la istoricul complet al pacientului (analize, imagistică), ceea ce duce la diagnostice mai precise și planuri de tratament personalizate, uneori asistate de algoritmi de Inteligență Artificială. În plus, interoperabilitatea și securitatea datelor – conforme cu normele GDPR – ne oferă garanția că informațiile sensibile sunt protejate, iar erorile umane asociate scrisului de mână sau gestionării manuale sunt eliminate.

Cum au primit locuitorii din proximitate (cartierul Ghencea) deschiderea clinicii?

Reacția comunității a fost peste așteptări și ne-a confirmat că am ales locul potrivit. Ghencea este un cartier efervescent, aflat într-o continuă transformare, unde familiile



Am ales locația din Ghencea strategic, nu doar pentru potențialul zonei, ci și pentru că este situată în proximitatea viitorului centru MYA Special Care din Măgurele, Ilfov, facilitând astfel logistica dintre cele două entități pe viitor.





tinere din noile ansambluri rezidențiale conviețuiesc cu seniorii care locuiesc aici de o viață. Locuitorii au fost încântați să descopere o clinică multidisciplinară, cu medici de top, chiar lângă casa lor, evitând astfel traficul spre centrul orașului.

Au regăsit la noi exact pilonii pe care i-am promis: profesionalism, rapiditate și, mai presus de toate, umanitate. Însă, nu am vrut să fim „încă un business” deschis în zonă, o clădire rece unde intri doar când ai o problemă. Dorința mea a fost să fim un centru vital, un membru activ al comunității. Ne implicăm social, susținând persoanele defavorizate, pentru că sănătatea nu ar trebui să fie condiționată exclusiv de situația financiară. Desfășurăm constant acțiuni caritabile și campanii de conștientizare privind importanța prevenției – fie că vorbim de screening-uri pentru diabet sau hipertensiune, fie de educație sanitară. Încercăm să coagulăm comunitatea în jurul nostru prin voluntariat și solidaritate, încurajând oamenii să ne semnaleze cazurile sociale din cartier unde putem interveni. Un exemplu concret al acestei implicări este programul pe care îl avem deja în desfășurare pentru locuitorii din Cățelu, organizat cu sprijinul Primăriei. Acolo oferim asistență medicală celor care au acces limitat la servicii de sănătate și vom extinde acest model de intervenție comunitară și în anul următor, vizând și alte zone limitrofe.

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

Pacienții sunt inima Konkret Medical Center și diversitatea lor ne bucură. Ne adresăm tuturor categoriilor de vârstă, de la bebeluși, care vin la medicul de familie pentru vaccinări și monitorizare de creștere, până la copii, adulți activi și seniori. Deși sezonul rece aduce inerent un flux mare de viroze respiratorii, majoritatea pacienților ne caută pentru patologii complexe sau cronice, acumulate în timp.

Oamenii caută certitudini: un diagnostic corect și un tratament ținut. Expertiza noastră acoperă o paletă largă: de la afecțiuni musculo-scheletale – unde echipa de Ortopedie și Reumatologie face o treabă excelentă în gestionarea durerilor de spate



sau articulare – până la afecțiuni cardiovasculare, tot mai frecvente și la vârste tinere. O componentă esențială o reprezintă sănătatea femeii, prin departamentul de Obstetrică-Ginecologie, dar observăm și o nevoie acută de suport pe zona de sănătate mintală, gestionată de specialiștii noștri în Psihiatrie și Psihologie. Cele mai solicitate servicii rămân consultațiile deconatate prin CASMB, fiind cele mai accesibile. Totuși, strategia noastră este să educăm publicul spre prevenție. Oferim constant pachete promoționale pentru investigații suplimentare, pentru a depista afecțiunile în stadii incipiente, când sunt mult mai ușor de tratat.

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

Evoluția a marcat trecerea de la o simplă interacțiune furnizor-client la un parteneriat autentic, bazat pe încredere. Din aprilie 2025 până în prezent, am reușit să demonstrăm că sistemul se poate adapta la om. În primele luni, efortul nostru s-a concentrat pe a dovedi că standardele europene promise nu sunt doar cuvinte pe hârtie. Fidelizarea a venit natural, ca un răspuns la respectul pe care îl oferim. Pacienții au găsit la noi ceea ce le lipsea adesea în alte părți: timp acordat, ascultare activă și empatie.

“
Ne adresăm tuturor categoriilor de vârstă, de la bebeluși, care vin la medicul de familie pentru vaccinări și monitorizare de creștere, până la copii, adulți activi și seniori.

Faptul că echipa administrativă și cea medicală înțeleg stresul prin care trece un om bolnav și încearcă să-i facă experiența cât mai ușoară a contat enorm. Mai mult, oamenii simt că fac parte dintr-un proiect mai mare. Știind că succesul clinicii susține proiecte sociale și viitorul centru MYA, pacienții devin parteneri în misiunea noastră de îmbunătățire a stării de sănătate a comunității.

Știm că sunteți implicați și într-un proiect de construire a unui spital privat pentru bolnavii ce suferă de boli cronice. Ce ne puteți spune despre acest proiect? De unde ideea unui vis atât de mare?



Visele mari și proiectele care schimbă lumea se nasc adesea din suferință profundă. În cazul meu, motivația vine din drama fratelui meu, un suflet pentru care sistemul din România nu a oferit șanse reale, iar familia nu a avut suficiente resurse financiare pentru tratamente în străinătate. Am trăit 18 ani cu durerea de a vedea o ființă dragă izolată, „protejată” de o societate care stigmatizează boala psihică, în spatele unei uși încuiate. Părinții mei au fost niște eroi tăcuți, luptând fără arme într-un război inegal, fără vacanțe, fără sărbători. Acea experiență m-a marcat definitiv, dar m-a și fortificat. Astăzi, sunt pregătită să transform acea neputință de atunci într-o soluție concretă pentru alții: MYA SPECIAL CARE. Nu va fi doar un spital, ci un refugiu, o „grădină magică” unde pacienții vor primi demnitate, nu doar medicamente. Va fi primul centru privat cu spitalizare de zi, dar și pe termen lung (nelimitat) pentru bolnavii cronici. Ne propunem să acoperim spectrul

tulburărilor psihice (anxietate, depresie, schizofrenie, demență), dar și neurodivergențe (ADHD, TSA, Sindrom Down) sau lupta cu adicțiile. Vrem să schimbăm paradigma în sănătatea mintală din România. Abordarea va fi una integrativă, care include obligatoriu și familia pacientului prin programe de psihoeducație, pentru ca aceștia să știe cum să-și susțină rudele. Finanțarea este un mix complex de fonduri private, programe europene și donații, fiecare contribuție ajutându-ne să construim acest spațiu al siguranței.

Cum priviți evoluția Konkret Medical Center în următorii ani? Există planuri specifice sau direcții strategice pe care doriți să le abordați pentru viitor?

Traseul este deja configurat și privim viitorul cu optimism. În prezent, demarăm analizele pentru deschiderea a încă două

centre în București, motivați de succesul locației din Ghencea și de feedback-ul pozitiv al pacienților. O direcție strategică majoră este trecerea către un sistem de abonamente medicale accesibile. Scopul acestora nu este doar loializarea, ci mai ales încurajarea prevenției – vrem ca oamenii să vină la medic înainte să doară, la costuri suportabile. De asemenea, vom continua să atragem medici valoroși, oferindu-le un mediu de lucru care să concureze real cu ofertele din străinătate. Vrem să fim motivul pentru care un medic bun alege să rămână în România. Nu excludem nici creșterea prin achiziții strategice, însă acesta este un subiect pe care îl vom detalia la momentul oportun. Cert este că nu intenționez să intru într-o competiție de volum cu marile rețele, ci să rămân fidelă modelului de „clinică de proximitate”, unde relația medic-pacient este importantă și reală.



Clienții nu caută doar furnizori, ci parteneri care își asumă responsabilitatea rezultatelor

Interviu cu David Coyne, CEO și Fondator, EASYDO Group



Aveți o experiență de peste 20 de ani în antreprenariat IT. Cum a început călătoria dumneavoastră în acest sector vibrant? Ce v-a inspirat să alegeți această cale?

Călătoria mea în IT a început dintr-o curiozitate firească pentru modul în care tehnologia poate transforma vieți, organizații și chiar orașe. Când am ajuns în România, în anii 2005, am descoperit un ecosistem tânăr, dar extraordinar de dinamic. Am început prin a asculta, a învăța și a observa ce lipsea în piață: structură, profesionalism, predictibilitate și, mai ales, un parteneriat real între oameni. Așa a apărut Vauban, compania pe care am fondat-o și care a crescut până la peste 500 de consultanți. Nu a fost doar o afacere, ci o școală de leadership, antreprenariat și reziliență. Iar această experiență a plantat semințele pentru ceea ce urma să devină EASYDO.

În anul 2019 ați fondat grupul EASYDO, o companie de servicii IT care integrează infrastructură și software pentru a digitaliza, performa și securiza operațiunile. Sunteți organizați pe 4 verticale de business: easydo.co - divizia de consultanță și servicii IT; keypaas.com - care se concentrează pe gestionarea datelor pentru orașe, autorități locale și proprietari de imobile din sectoarele energiei, construcțiilor și mobilității; h24m.com - dedicat digitalizării activelor; keyrak.com - care se ocupă de securitatea cibernetică. Dacă puteți să detaliați ce servicii oferiți.

EASYDO este, înainte de toate, un grup de oameni pasionați. Rolul nostru este să



accelerăm transformarea digitală și să facem tehnologia tangibilă.

Avem patru direcții:

- **IT Services** – consultanță, infrastructură, suport, integrare. În România, operăm prin EASYDO IT Services. În Republica Moldova, SNT.md este unul dintre cei mai mari integratori IT, cu implementări la scară largă pentru instituții și companii critice.
- **KeyPaaS.com** – o platformă inteligentă pentru energie, mobilitate și property management. Practic, ajutăm orașele și proprietarii de clădiri să devină eficiente, sustenabile și predictibile, folosind IoT, AI și Big Data.
- **KeyRak.com** – verticala noastră de cybersecurity. Aici protejăm operațiuni critice, date sensibile și infrastructuri esențiale. Este un domeniu în care nu există loc pentru compromis.
- **H24M.com** – tehnologie dedicată patrimoniului cultural, prin care poți accesa vizitarea virtuală a instituțiilor culturale. Creăm o punte între trecut și viitor, pentru ca istoria să poată fi

experimentată 24/7 prin tehnologie.

Ce tehnologii și echipamente folosesc experții dumneavoastră în activitatea de zi cu zi?

Lucrăm mult cu cloud hibrid, edge computing, platforme IoT, soluții de AI, instrumente de cybersecurity și sisteme de integrare scalabile. Pentru noi, tehnologia nu este un obiectiv, ci un vehicul. Obiectivul este valoarea livrată clientului.

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

Avem clienți în energie, telecom, transporturi, real estate, administrație publică, cultură, retail și banking. Pentru 2026, văd trei motoare majore:

- AI operațional – companiile vor dori eficiență reală, nu doar experimentare.
- IoT industrial și urban – fabrici,



Avem clienți în energie, telecom, transporturi, real estate, administrație publică, cultură, retail și banking

orașe și clădiri vor deveni complet conectate.

- Cybersecurity – fiecare proiect de digitalizare va începe cu un audit de securitate.

Care au fost cele mai reprezentative proiecte / lucrări finalizate în ultimii ani?

Printre cele mai relevante sunt:

- modernizarea infrastructurii IT pentru instituții guvernamentale din Moldova;
- platforme digitale pentru managementul clădirilor inteligente în România;
- soluții de cybersecurity critice pentru transporturi și energie;
- digitalizarea patrimoniului cultural prin H24M.

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

Există un decalaj între ambiție și execuție. Licitatiile mari se desfășoară lent, contestațiile durează mult, iar tehnologia



România și Moldova trebuie să simplifice procedurile pentru ca investițiile publice să aibă impact real.



Nu ne putem permite să ratăm această oportunitate.

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

Scalarea echipelor, cererea tot mai mare de cybersecurity, și presiunea de a livra rapid într-o piață extrem de competitivă.

Ce strategii de dezvoltare aveți pentru următoarea perioadă?

Extindere regională, investiții în AI, lansarea de versiuni noi KeyPaaS și KeyRak, și consolidarea poziției EASYDO ca platformă europeană de digitalizare.

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

Curaj, disciplină, reziliență, empatie, învățare continuă și capacitatea de a transforma greșelile în lecții. Antreprenoriatul nu este despre bani, ci despre reziliență.

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

Începeți o afacere mica, capacitate de lucru, sacrificiu sau angajament de a lucra intens pentru propria companie, învățați rapid, greșiți inteligent. România are un potențial uriaș, dar succesul vine doar cu disciplină și perseverență.

Cum vedeți evoluția procesului de digitalizare a IMM-urilor în perioada următoare?

Pentru antreprenorii și IMM-urile din România anul 2026 va fi despre eficiență, simplitate și servicii concrete care rezolvă probleme zilnice. Nevoile nu sunt SF și nu țin de tehnologii exotice, ci de trei piloni esențiali: Ascultând și înțelegând provocările operaționale și strategice ale companiei; pe baza acestei viziuni, definim arhitectura IT, începând cu ceea ce există deja (hardware, echipă) și trasând un curs pentru următorii

evoluează în ritm alert. România și Moldova trebuie să simplifice procedurile pentru ca investițiile publice să aibă impact real.

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

Provocarea nu este lipsa talentului, ci retenția și formarea continuă. Noi am ales o strategie diferită: programe de training intern, expunere internațională, cultură de încredere. Oamenii rămân acolo unde se simt respectați.

Cum vedeți colaborarea între sectorul public și mediul de afaceri, în vederea accelerării implementării soluțiilor digitale la nivel național?

Statul are nevoie de companii agile, iar companiile au nevoie de predictibilitate.

Dacă facem acest parteneriat real, România ar putea deveni un lider regional în digitalizare.

Ce strategii aveți pentru atragerea altor clienți?

Transparență, rapiditate, excelență tehnică. Clienții nu caută doar furnizori, ci parteneri care își asumă responsabilitatea rezultatelor.

Ce așteptări aveți din partea instituțiilor locale și centrale în privința procesului de digitalizare, ținând cont de cum au mers lucrurile până acum și de investițiile planificate în PNRR?

PNRR este o șansă istorică. Dar trebuie să existe:

- continuitate politică,
- execuție rapidă,
- transparență totală.



pași în timp pentru a atinge nivelul potrivit de maturitate pentru echipele IT, soluțiile și infrastructura IT.

Lucrăm pe întregul lanț IT: soluții funcționale, infrastructură, securitate cibernetică, interoperabilitate, reziliență, suport și mentenanță, instruire și scalabilitate, luând în considerare alinierea cu bugetele IT și dimensiunea echipelor IT. Știm perfect cum să organizăm și să implementăm în ritmul potrivit, cu arhitectura potrivită. Documentația și trasabilitatea, comunicarea și responsabilizarea sunt esențiale pentru a conecta echipele de management și operaționale, făcându-le stăpâni pe tehnologia lor.

- Infrastructură IT stabilă și scalabilă — servere, rețele, echipamente și soluții cloud care funcționează fără întreruperi.

- Managementul aplicațiilor — de la ERP și CRM până la soluții interne de producție, contabilitate sau management al documentelor. IMM-urile caută parteneri care să implementeze, să optimizeze și să administreze aceste sisteme.
- Asistență, suport și mentenanță, rapid și predictibil — pentru că antreprenorul român nu-și permite să piardă o zi întreagă din cauza unei erori tehnice. Suportul trebuie să fie uman, prompt și orientat spre rezolvarea problemei, nu spre generarea de tichete. Observăm tot mai clar că succesul digitalizării IMM-urilor nu depinde de tehnologii complicate, ci de calitatea operațională: mentenanță preventivă, securitate accesibilă, backup funcțional, automatizări utile și o infrastructură care „doar merge”. EASYDO investește în aceste direcții pentru că antreprenorii au nevoie de

“
România are un potențial uriaș, dar succesul vine doar cu disciplină și perseverență.

soluții pragmatice, care reduc costurile, cresc productivitatea și le permit să se concentreze pe creșterea propriei afaceri.

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

Familia, sportul, timpul petrecut în natură și momentele de deconectare. Echilibrul nu este un lux, ci o condiție pentru a putea construi sănătos.



Clinicile Affidea România sunt un partener de încredere al sistemului public de sănătate

Interviu cu Răzvan Predica, Chief Commercial Officer Affidea și Cluster CEO România, Grecia și Ungaria



Affidea este cel mai mare furnizor european de servicii medicale de diagnostic imagistic, ambulatoriu și tratament al cancerului. Câte clinici aveți în România și în ce localități?

Grupul Affidea este unul dintre cei mai mari furnizori de servicii medicale la nivel

european, cu o expertiză solidă în diagnostic imagistic, ambulatoriu și tratament. În România, dezvoltarea noastră a urmat același principiu care ghidează Grupul la nivel internațional: oferirea unor servicii medicale inovative și precise, accesibile tuturor pacienților. Astăzi, Rețeaua Affidea România cuprinde

75 de clinici în 32 de orașe, asigurând accesul rapid la un portofoliu complex și complet de servicii medicale, capabil să răspundă tuturor tipurilor de afecțiuni. Ne adresăm tuturor categoriilor de pacienți, atât celor care beneficiază de servicii prin decontare CAS, pe baza trimiterii de la medicul de familie sau specialist, precum și celor care aleg sistemul privat, cărora le oferim prețuri avantajoase. Clinicile Affidea România sunt un partener de încredere al sistemului public de sănătate și un sprijin esențial pentru pacienții care au nevoie de un diagnostic rapid și complex, precum și de îngrijire integrată într-un timp cât mai scurt. Extinderea continuă a rețelei noastre reflectă angajamentul ferm de a aduce medicina modernă și tehnologia avansată cât mai aproape de comunitățile din România.

Câți pacienți estimați că au fost tratați în anul 2025? Care sunt principalele servicii pe care le oferiți publicului din România.

Affidea România funcționează astăzi ca un ecosistem medical integrat, în cadrul căruia pacienții beneficiază de experiențe medicale la standarde înalte de performanță. Doar în anul 2025, aproximativ 3 milioane de pacienți au fost tratați în clinicile noastre — o cifră care reflectă atât amploarea rețelei, cât și încrederea pe care pacienții o acordă serviciilor noastre.

Portofoliul nostru de servicii este unul complet și complex. Oferim consultații medicale pentru toate specialitățile, unde expertiza medicilor noștri de elită se îmbină



cu grija și empatia față de fiecare pacient. La acestea se adaugă investigații imagistice avansate — CT, RMN, PET-CT (inclusiv digital), mamografie, ecografie, DEXA (osteodensitometrie) și radiografie — realizate cu echipamente de ultimă generație care integrează componente de Inteligență Artificială. Aceste tehnologii cresc precizia diagnosticelor și poziționează investigațiile la un nivel medical fără precedent. Affidea deține, de altfel, cea mai mare flotă de echipamente imagistice de pe piața medicală din România. Acordăm o atenție specială pacienților cronici, în mod particular celor oncologici. Pentru ei, am construit un traseu medical complet: consultații oncologice, tumor board multidisciplinar, evaluări interdisciplinare, coordonare imagistică, intervenții chirurgicale, tratamente avansate — radioterapie, chimioterapie, brahiterapie, stereotaxie — până la monitorizare și recuperare medicală. În România, se înregistrează anual peste 100.000 de cazuri noi de cancer, o realitate alarmantă care necesită acțiune și responsabilitate. Considerăm esențial să contribuim la educarea și conștientizarea publicului, dar și la facilitarea

accesului la cele mai moderne metode de diagnostic și tratament, astfel încât afecțiunile oncologice să fie depistate cât mai devreme, iar pacienții să aibă cele mai bune șanse.”

Un pilon important al ecosistemului Affidea este serviciul de Navigare de pacienți — gratuit, unic ca amploare în România. Ne mândrim cu o echipă de 32 de navigatori coordonați de Victoria Asanache, inițiatoarea profesiei de navigator de pacienți în România. Cu o experiență vastă, Victoria a ghidat peste 13.000 de pacienți și aproximativ 15.000 de aparținători, înțelegând profund dificultățile cu care întreaga familie se confruntă în fața unui diagnostic complex.

Navigatorii noștri sprijină pacientul în etape critice ale traseului medical:

- *Explicarea diagnosticului și a opțiunilor medicale*
- *Programări la consultații multidisciplinare*
- *Coordonarea investigațiilor imagistice*
- *Acces rapid la analize de laborator*
- *Orientare în parcursul chirurgical, atunci când este necesar*
- *Facilitarea tratamentelor precum radioterapia și chimioterapia*
- *Monitorizare și recuperare medicală.*

Doar în anul 2025, aproximativ 3 milioane de pacienți au fost tratați în clinicile noastre — o cifră care reflectă atât amploarea rețelei, cât și încrederea pe care pacienții o acordă serviciilor noastre.

Un pilon important al ecosistemului Affidea este serviciul de Navigare de pacienți — gratuit, unic ca amploare în România. Ne mândrim cu o echipă de 32 de navigatori coordonați de Victoria Asanache, inițiatoarea profesiei de navigator de pacienți în România.

Ei reprezintă interfața dintre tehnologie, expertiza clinică și nevoile profund umane ale pacienților, asigurând un traseu coerent, predictibil și adaptat fiecărei situații. Considerăm acest serviciu fundamental pentru calitatea îngrijirii, motiv pentru care este oferit gratuit în toate clinicile Affidea. Pe lângă suportul medical, integrăm în mod activ și consilierea psihologică, un alt element esențial în parcursul oncologic. Experiența unui pacient cu cancer este una dintre cele mai solicitante atât fizic, cât și emoțional. Mulți pacienți trec prin teamă, incertitudine sau descurajare. De aceea, în Affidea nu tratăm doar boala — însoțim persoana în complexitatea trăirilor sale. Consilierea psihologică este parte integrantă a îngrijirii și este oferită gratuit pacienților oncologici, pentru a-i ajuta să își păstreze echilibrul, încrederea și motivația pe durata tratamentului. Toate aceste componente — expertiză medicală, tehnologie de ultimă generație, un traseu oncologic complet, navigatori dedicați și suport emoțional — reflectă angajamentul nostru de a îmbunătăți continuu standardele serviciilor oferite și de a răspunde nevoilor reale ale pacienților.



Ce strategii aveți pentru a acoperi zonele deficitare de personal - asistente medicale etc.?

Asemeni multor sectoare economice, și domeniul medical se confruntă cu un deficit semnificativ de personal calificat. Pentru Affidea România, aceasta nu este doar o provocare operațională, ci și un angajament pe termen lung față de dezvoltarea profesiei și față de calitatea serviciilor oferite pacienților.

Din acest motiv, am construit în cadrul rețelei noastre programe de formare, dezvoltare și perfecționare profesională, menite să susțină creșterea noilor generații de specialiști. Investim în pregătirea asistentelor medicale, tehnicienilor de imagistică, navigatorilor de pacienți și a întregului personal de suport, astfel încât să le oferim oportunitatea de a-și construi o carieră într-un mediu modern, bine structurat și orientat spre excelență. Suntem permanent preocupați de evoluția angajaților noștri și de aceea implementăm programe de training care includ atât dezvoltare tehnică, cât și abilități de comunicare și relaționare cu pacienții. Fiecare membru al echipei noastre are un rol esențial în crearea unei experiențe medicale deosebite pentru fiecare pacient, iar responsabilitatea noastră este să le oferim instrumentele necesare pentru a-și atinge potențialul. Strategia noastră nu se limitează la recrutare, ci pune accent pe dezvoltare, retenție și pe crearea unui mediu de lucru în care

profesioniștii să se poată dezvolta pe termen lung. Doar astfel putem răspunde real nevoilor pacienților și putem construi echipe medicale stabile, competente și dedicate.

Ați adus în România una dintre cele mai inovative tehnologii de investigații imagistice – PET-CT digital. Ce informații ne puteți oferi?

Affidea a avut un rol esențial în dezvoltarea imagisticii avansate în România, fiind primul furnizor care a introdus investigația PET-CT în sistemul medical privat din țara noastră și, ulterior, primul care a adus tehnologia PET-CT digitală, marcând un progres major în capacitatea de diagnostic oncologic. Astăzi, pacienții români au acces la una dintre cele mai inovative și performante tehnologii existente la nivel internațional: PET-CT digital Omni Legend, dezvoltat de GE HealthCare.

Această platformă 100% digitală aduce o serie de beneficii clinice semnificative: o sensibilitate mult superioară detectorilor tradiționali, imagini de o claritate remarcabilă, posibilitatea de a identifica leziuni foarte mici și o reducere considerabilă a timpului de scanare. Toate acestea cresc confortul pacientului și îmbunătățesc acuratețea diagnosticului. În plus, tehnologia permite diminuarea dozei de radiații necesare, menținând în același timp o calitate excepțională a imaginii — un aspect important în special pentru pacienții oncologici.

Integrarea Inteligenței Artificiale în procesul de reconstrucție a imaginilor, precum și automatizarea fluxurilor de lucru fac ca investigația să fie nu doar mai rapidă și mai precisă, ci și mai predictibilă pentru medicii care o interpretează. Omni Legend este o platformă scalabilă, pregătită pentru viitor, care permite utilizarea noilor tipuri de





radiotrasori și extinderea investigațiilor către domenii emergente, cum ar fi cardiologia sau neurologia. Prin aducerea PET-CT digital în România, ne-am asumat misiunea de a pune la dispoziția pacienților o tehnologie care poate face diferența în depistarea timpurie a cancerului — iar accesul rapid la un diagnostic precis rămâne una dintre cele mai importante șanse pe care le putem oferi.

În cadrul rețelei Affidea România, pacienții pot efectua investigația PET-CT în clinicile: Affidea Fundeni, Affidea Sema 2, ambele în București, Affidea PET-CT (Timișoara), CT Clinic (Cluj).

În acest an ați cumpărat trei clinici în Otopeni, Miercurea Ciuc și Brăila. Ce planuri de expansiune aveți pentru următorii ani?

Planul de expansiune al Affidea România, început în urmă cu patru ani, continuă într-un ritm constant și strategic. Achizițiile realizate anul acesta în Otopeni, Miercurea Ciuc și Brăila reprezintă etape importante în consolidarea prezenței noastre la nivel național și în extinderea accesului pacienților la servicii medicale complete.

În următorii ani, ne vom concentra pe dezvoltarea rețelei în zonele în

care există o cerere crescândă pentru servicii medicale complete — consultații, investigații imagistice avansate și analize de laborator. Analizăm cu atenție nevoile comunităților și distanța față de clinicile Affidea existente pentru a determina unde este nevoie de noi centre și ce tip de servicii pot aduce cel mai mare beneficiu pacienților. În centrul întregii noastre activități se află pacientul. Tot ceea ce dezvoltăm vizează îmbunătățirea statusului general de sănătate al populației, cu un obiectiv ambițios: creșterea speranței de viață a românilor de la 73 de ani, cât este în prezent, la 84 de ani — media Uniunii Europene. Considerăm că accesul la diagnostic rapid, prevenție, servicii medicale predictibile și tratamente moderne este esențial pentru atingerea acestui obiectiv.

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

Digitalizarea este o prioritate strategică pentru Affidea România și un element esențial în evoluția businessului nostru. În ultimii ani, am accelerat procesul de transformare digitală și am digitalizat numeroase fluxuri operaționale, astfel încât activitatea medicală să devină mai eficientă,

“
Am construit în cadrul rețelei noastre programe de formare, dezvoltare și perfecționare profesională, menite să susțină creșterea noilor generații de specialiști.

“
În centrul întregii noastre activități se află pacientul. Tot ceea ce dezvoltăm vizează îmbunătățirea statusului general de sănătate al populației, cu un obiectiv ambițios: creșterea speranței de viață a românilor de la 73 de ani, cât este în prezent, la 84 de ani — media Uniunii Europene.

mai transparentă și mai ușor de accesat pentru pacienți. Un pas important în această direcție îl reprezintă implementarea platformei My Affidea, un soft modern prin care pacienții își pot încărca rezultatele investigațiilor efectuate oriunde, indiferent de unitatea medicală. Rezultatele realizate în cadrul clinicilor noastre sunt încărcate automat în platformă, ceea ce permite medicilor să acceseze rapid istoric complet al pacientului, să realizeze o anamneză mai precisă și să stabilească un diagnostic în cel mai scurt timp. Pentru pacienți, acest lucru înseamnă acces imediat la propriile date medicale, o înțelegere mai clară a statusului de sănătate și posibilitatea de a începe tratamentul fără întârzieri. Digitalizarea activităților are un obiectiv central: facilitarea accesului pacienților la servicii medicale, economisirea timpului dedicat proceselor non-medicale și direcționarea acestuia către ceea ce contează cu adevărat — actul medical.

Credem că tehnologia și medicina trebuie să funcționeze împreună, iar digitalizarea nu este doar un instrument operațional, ci un mijloc prin care îmbunătățim experiența pacientului și creștem calitatea serviciilor oferite.

Instalațiile electrice vor fi mult mai importante pentru proiectele de construcții și infrastructură

Interviu cu Gabriel Mocanu, Director General, Electroinstal Solution



parteneriate bazate pe încredere.

De asemenea, am avut și o perioadă în care am lucrat în sectorul public, experiență care mi-a oferit o perspectivă clară asupra modului de funcționare al instituțiilor, a cerințelor administrative și a rigorilor specifice acestui mediu.

Toate aceste etape au contribuit decisiv la baza pe care s-a construit ulterior EIS.

Trebuie să amintesc faptul că EIS este marcă înregistrată a Electroinstal Solution la nivel național și european.

Cum au decurs primii ani de activitate? De unde au venit primele comenzi?

Primii ani de activitate au fost o perioadă de construcție, provocări și învățare continuă. Primele comenzi au venit de la oamenii cu care am lucrat anterior și care au avut încredere în mine și în modul meu de lucru. Acești clienți au fost baza de la care a pornit dezvoltarea companiei. Au existat și momente dificile, inclusiv pierderi cauzate de încrederea acordată unor parteneri de afaceri care nu s-au dovedit a fi corecți. Cu toate acestea, timpul mi-a confirmat că seriozitatea, respectarea promisiunilor și lucrurile bine făcute au prioritate și aduc rezultate pe termen lung.

Cum sunteți organizați în prezent? Care sunt atuurile echipei Electroinstal Solution?

Procesul nostru se desfășoară în trei etape:

1. definim cerințele sistemului;
2. creăm un design eficient, personalizat în funcție de specificul fiecărui proiect;
3. coordonăm implementarea și asigurăm suport pentru întregul ciclu de viață al clădirii.

Electroinstal Solution este acum un reper pe piața instalațiilor electrice și a sistemelor de securitate. Când ați decis să înființați compania? În ce context? Ce experiență ați avut înainte?

Electroinstal Solution a fost fondată în 2008, oferă servicii integrate de proiectare și execuție în domeniul instalațiilor electrice, sistemelor de securitate și sistemelor de infrastructură pe întreg teritoriul României. Compania s-a născut cu o misiune aparent simplă: să ridicăm standardele în instalații

electrice și sisteme de securitate, transformând fiecare lucrare într-un reper al execuției corecte și al încrederii câștigate. Controlul complet nu este doar avantajul nostru competitiv, ci promisiunea pe care o respectăm în fiecare proiect.

Experiența mea profesională înainte de EIS provine în principal din zona de vânzări, unde am acumulat competențe solide în relația cu clienții, negociere și managementul proiectelor. Această perioadă m-a ajutat să înțeleg foarte bine nevoile pieței și importanța construirii unor



Echipa noastră deține certificări grade II A, III A, IV A, II B, III B, IV B, IV AB pentru proiectarea și execuția instalațiilor electrice de joasă și medie tensiune. Inginerii sunt certificați pentru sisteme de securitate (incendiu, anti-efracție, CCTV, control acces), BMS, rețele voice&data, KNX.

Care sunt principalele servicii oferite clienților?

Furnizăm servicii atât proiectelor noi, cât și celor tip retrofitting, partea de instalații electrice, servicii IT&C, securitate, automatizare, gestionare parcare, mentenanță și service, planificare și proiectare, consultanță și integrare. Electroinstal Solution (EIS) oferă o gamă completă de servicii în sectorul electric și de integrare a sistemelor, deservind clienți pentru proiecte complexe din toată țara. Oferta noastră include planificarea și proiectarea, instalarea, întreținerea și service-ul sistemelor electrice pentru instalații noi, și pentru modernizări și recablări complete ale clădirilor existente. EIS oferă soluții integrate: proiectează și implementează sisteme de securitate (detectarea incendiilor, supraveghere, controlul accesului, sisteme de alarmă), infrastructură IT și de comunicații, automatizare și integrare de sisteme și poate livra configurații personalizate pentru proiecte comerciale, industriale, publice sau rezidențiale (birouri, medii retail, spitale, centre logistice etc.). De asemenea, oferim consultanță, management de proiect și livrare completă a proiectului: de la conceptul inițial și achiziționarea materialelor până la execuție

și punerea în funcțiune finală. Cu o abordare holistică și personal certificată, EIS poate sprijini atât lucrări la scară mică, cât și sisteme integrate complexe: un partener unic pentru nevoile de electricitate, securitate, automatizare și comunicații.

Care sunt ultimele tendințe în domeniul instalațiilor electrice și al sistemelor de securitate?

Observăm o orientare către patru axe principale:

- IoT: date colectate în timp real, integrarea tuturor sistemelor unei clădiri într-un singur panou de comandă.
- BIM: digitalizarea fazei de proiectare a unei clădiri înseamnă că toate elementele se pot sincroniza de la primele acțiuni pentru a evita întârzieri.
- Automatizare: îmbunătățirea siguranței, a eficienței energetice și a confortului persoanelor.
- Sustenabilitate: pilon esențial în proiectele moderne/renovări și factor determinant în adoptarea soluțiilor eficiente energetic.

Sectorul instalațiilor electrice se află într-o transformare rapidă, determinată de sustenabilitate, digitalizare și trecerea la energia regenerabilă. O tendință majoră este integrarea pe scară largă a sistemelor de energie regenerabilă (în special instalațiile solare fotovoltaice combinate cu baterii de stocare) care devin din ce în ce mai comune, atât în proiectele rezidențiale, cât și în cele comerciale/industriale. Tehnologiile pentru clădiri inteligente și sistemele bazate pe IoT sunt, de asemenea,

în creștere: iluminatul, HVAC, securitatea, gestionarea energiei și chiar rețelele de încărcare pentru vehicule electrice sunt controlate automat sau de la distanță, îmbunătățind eficiența energetică și confortul.

Infrastructura de încărcare a vehiculelor electrice (EV) este un alt domeniu în creștere. Pe măsură ce adoptarea vehiculelor electrice crește, cererea pentru încărcătoare domestice și stații de încărcare publice se extinde, creând noi oportunități pentru contractorii electrici.

Între timp, clădirile mai vechi sunt modernizate cu cabluri moderne, contoare inteligente, instalații eficiente din punct de vedere energetic și upgrade-uri pentru a îndeplini standarde mai stricte de performanță energetică — în special în lumina directivelor europene privind clima și energia.

În cele din urmă, utilizarea componentelor modulare, ecologice și importanța crescândă a instrumentelor digitale (pentru proiectare, planificare, monitorizare și întreținere predictivă) remodelează modul în care companiile furnizează servicii electrice.

În ansamblu, aceste tendințe indică un viitor în care instalațiile electrice vor fi mai inteligente, mai ecologice, mai integrate și mult mai importante pentru proiectele de construcții și infrastructură.

Care sunt lucrările de referință ale Electroinstal Solution, în ultimii ani și ce soluții inovative ați adus?

Începând cu anul 2023, EIS este implicată activ în sectorul public, unde putem



menționa ca lucrări de referință Spitalul Județean Tulcea, Sala Polivalentă Tulcea și sediul central al DGPI (Direcția Generală de Protecție Internă). În cadrul acestor proiecte, am adus un plus de valoare prin experiența echipei noastre și prin soluțiile moderne furnizate, adaptate cerințelor tehnice și de securitate actuale. În sectorul privat, printre lucrările de referință se numără Marmura Residence, centrul logistic Mercedes București, Space Plus, Air Liquide – fabrica din Chitila, precum și LIDL Berceni. Lista proiectelor este într-o continuă dezvoltare, reflectând capacitatea noastră de a implementa soluții inovative, eficiente energetic și aliniate celor mai noi standarde din domeniu.

Cât de greu este să formezi și să menții angajații în aceste domenii?

În general, formarea și păstrarea angajaților în sectorul instalațiilor electrice este dificilă din cauza duratei lungi a procesului de formare, a cerințelor stricte de reglementare, a muncii fizice solicitante și a concurenței intense la nivel de industrie pentru forța de muncă calificată. Industria se confruntă cu o lipsă persistentă de competențe: tot mai puțini tineri intră în meserie, în timp ce mulți electricieni experimentați se pensionează, ceea ce face dificilă recrutarea de candidați calificați pentru angajatori. Drept urmare, companiile investesc adesea sume considerabile pentru a atrage noi angajați, oferind salarii mai mari, bonusuri și beneficii mai consistente doar pentru a rămâne competitive. Odată ce angajările sunt făcute, procesul de



formare în sine este lung, costisitor și puternic reglementat. Formarea durează de obicei câțiva ani, iar lucrătorii trebuie să susțină examene de licențiere, cursuri de siguranță și educare continuă pentru a rămâne în conformitate. Deoarece lucrările electrice sunt riscante și complexe din punct de vedere tehnologic, în special în domenii în creștere precum energia solară, sistemele inteligente de clădiri și infrastructura de încărcare a vehiculelor electrice, perfecționarea continuă este esențială, ceea ce sporește povara formării angajaților. Companiile care reușesc să-și păstreze angajații se concentrează, de obicei, pe structuri clare de ucenicie, salarii competitive legate de certificări, practici solide de siguranță, echipamente moderne și un mediu de lucru pozitiv și respectuos.

Ce potențial de creștere există pe aceste piețe, având în vedere nivelul statelor dezvoltate? În ce subdomenii considerați că putem avea o dezvoltare accelerată?

Sectorul instalațiilor electrice are un puternic potențial de creștere pe termen lung, impulsat de modernizarea infrastructurii și cererea continuă din sectorul construcțiilor. În timpul ce lucrările electrice tradiționale rămân stabile, cea mai accelerată creștere se înregistrează în subsectoarele avansate din punct de vedere tehnologic. Sistemele de energie regenerabilă, în special cele solare și de stocare a bateriilor, se extind rapid pe măsură ce companiile adoptă soluții de energie curată.



Infrastructura de încărcare a vehiculelor electrice este un alt factor important, guvernele și companiile private investind masiv atât în instalații rezidențiale, cât și comerciale. Clădirile inteligente, automatizarea și sistemele de joasă tensiune creează, de asemenea, noi oportunități, pe măsură ce companiile se modernizează pentru a crește eficiența și controlul digital. În plus, creșterea rapidă a centrelor de date alimentează cererea de instalații specializate și de mare capacitate. În ansamblu, companiile poziționate în aceste domenii cu creștere rapidă se pot aștepta la o expansiune puternică și susținută.

Cum vedeți rolul energiei fotovoltaice în tranziția energetică?

În primul rând, tehnologia solară contribuie direct la reducerea emisiilor de carbon, înlocuind treptat producția de energie din combustibili fosili. Costurile panourilor fotovoltaice au scăzut semnificativ în ultimul deceniu, ceea ce face instalarea lor mai accesibilă pentru gospodării, companii și infrastructuri publice. În al doilea rând, energia solară susține independența energetică prin distribuirea producției la nivel local reducând dependența de importuri și vulnerabilitatea la fluctuațiile de preț. De asemenea, împreună cu bateriile și sistemele inteligente de management al energiei, fotovoltaicul facilitează flexibilitatea rețelelor și integrarea pe scară largă a energiei regenerabile.

În ansamblu, energia fotovoltaică devine un pilon central al unui sistem energetic modern, sustenabil și rezilient.

Ce echipamente folosiți pentru realizarea proiectelor dumneavoastră?

Folosim exclusiv echipamente certificate, provenite de la producători internaționali de top, compatibile cu cele mai noi standarde tehnologice și de siguranță. Calitatea echipamentelor este o prioritate pentru noi, deoarece garantează fiabilitatea, performanța și durabilitatea proiectelor realizate.

Suntem parteneri ai unor branduri de renume precum APC, Bosch, Cisco, Corning, Canovate, Legrand, Schrack și Schneider Electric.

Prin utilizarea acestor echipamente, asigurăm soluții performante pentru infrastructuri electrice, rețele de comunicații, sisteme de securitate, automatizări și centre de date, oferind clienților noștri siguranță, scalabilitate și eficiență pe termen lung

Începând cu anul 2026, EIS își consolidează poziția pe piața soluțiilor hoteliere, devenind integrator și distribuitor VDA, o soluție completă de tip GRMS (Guest Room Management System) și IPTV pentru hoteluri. Prin acest parteneriat, vom putea oferi clienților noștri soluții inteligente pentru managementul camerelor, controlul eficient al energiei, automatizarea funcțiilor din spațiile hoteliere, precum și sisteme moderne de divertisment IPTV. Această direcție strategică ne permite să livrăm proiecte integrate „la cheie”, adaptate cerințelor actuale din industria ospitalității, cu accent pe confort, eficiență energetică și experiența premium a oaspeților

Care au fost principalele provocări pentru compania dumneavoastră?

Comaniile din domeniu se confruntă cu mai multe provocări cheie care le afectează capacitatea de a crește și de a rămâne competitive.

Una dintre cele mai mari probleme este lipsa forței de muncă calificate, deoarece mulți electricieni experimentați se pensionează, în timp ce tot mai puțini tineri intră în această meserie, ceea ce face

recrutarea costisitoare și dificilă.

În același timp, lucrările electrice sunt strict reglementate, necesitând formare continuă, certificări și respectarea strictă a standardelor de siguranță, ceea ce crește cheltuielile operaționale.

Schimbările tehnologice rapide creează o presiune suplimentară pentru perfecționarea constantă a angajaților și investiții în noi instrumente și cunoștințe. Întreruperile în lanțul de aprovizionare, lipsa materialelor și fluctuațiile prețurilor pentru componente precum întrerupătoare, cabluri și transformatoare pot întârzia proiectele și reduce profitabilitatea.

Industria este, de asemenea, extrem de competitivă, multe companii fiind supuse presiunii de a reduce prețurile în ciuda creșterii costurilor.

Riscurile de siguranță adaugă o complexitate suplimentară, ducând la prime de asigurare ridicate și potențiale probleme de răspundere.

Cashflow-ul este o altă provocare, deoarece companiile trebuie adesea să plătească forța de muncă și materialele cu mult înainte de a primi plata pentru proiectele mari.

În cele din urmă, așteptările clienților sunt în creștere, aceștia solicitând servicii mai rapide, comunicare digitală și mai multă transparență.

Împreună, aceste provocări necesită un management puternic, planificare strategică și investiții continue în oameni și tehnologie.

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

Ne vedem ca un integrator de referință la nivel național, implicat în proiecte de anvergură din domeniul infrastructurilor inteligente, al soluțiilor hoteliere complete și al sistemelor de securitate avansată. Ne propunem o dezvoltare solidă și sustenabilă, bazată pe tehnologii de ultimă generație, parteneriate strategice și o echipă în continuă perfecționare. Obiectivul nostru este să livrăm soluții integrate la cele mai înalte standarde de calitate, care să aducă siguranță, eficiență și confort beneficiarilor, indiferent de complexitatea proiectelor.

Ce sfaturi aveți pentru antreprenorii care doresc să intre pe aceste segmente de piață - instalații electrice și sisteme de securitate?

Pentru antreprenorii care intră în acest domeniu, succesul depinde de combinarea unor baze tehnice solide cu o strategie de afaceri disciplinată.

În primul rând, investiți în formarea unei forțe de muncă calificate și certificate – echipa este cel mai valoros activ, iar clienții vor judeca compania după calitatea și siguranța muncii livrate.

Acordați prioritate formării în domenii cu creștere rapidă, cum ar fi energia solară, încărcarea vehiculelor electrice și sistemele inteligente pentru clădiri, pentru a diferenția serviciile.

Elaborați protocoale de siguranță solide încă de la început pentru a proteja angajații și a construi încrederea clienților.

Stăpâniți fundamentele afacerii: estimarea precisă a costurilor, planificarea fluxului de numerar și gestionarea eficientă a proiectelor sunt cruciale într-o industrie cu marje reduse și cicluri de plată lungi. Construiți relații cu furnizorii pentru a vă asigura materiale fiabile și la prețuri competitive.

În cele din urmă, concentrați-vă pe furnizarea unui serviciu consistent și profesional; comunicarea clară și fiabilitatea vă vor diferenția rapid pe o piață competitivă.

Cu abilitățile, planificarea și reputația potrivite, noii veniți pot crește rapid în acest sector în expansiune.



marcă europeană înregistrată
OFICIUL UNIUNII EUROPENE PENTRU
PROPRIETATE INTELECTUALĂ Nr. 019117844
Electroinstal Solution OFICIUL DE STAT
PENTRU INVENȚII ȘI MĂRCI (OSIM) Nr. 201653

Vinul a devenit un simbol al stilului de viață

Interviu cu **Gianina Badea**, Manager „Dionysos” - Casa de Vinuri Selecționate

Aveți o experiență remarcabilă în producția și distribuția de vinuri. Dionysos - Casa de Vinuri Selecționate face parte dintr-un grup de firme în care compania fondatoare, Comagrimex B&B, este specializată în realizarea de linii complete de vinificație și îmbuteliere și furnizarea unei game complexe de materiale oenologice și ambalaje pentru industria vinului. Când și în ce context ați decis să importați vinuri premium din Italia?

În anul 2000, Comagrimex B&B avea deja stabilite relații comerciale cu majoritatea producătorilor români de vinuri. Totuși, aceștia se confruntau cu un deficit sever de cash-flow, ceea ce îi împiedica să își plătească furnizorii de materiale auxiliare și ambalaje. Fiind în situația de a avea sume importante de recuperat, singura soluție a fost extinderea și diversificarea activității către distribuția de băuturi, în special vinuri. Astfel, în anul 2000 a luat naștere Dionysos – Casa de Vinuri Selecționate. De-a lungul timpului am colaborat cu producători din toate regiunile viticole ale țării și am contribuit la dezvoltarea unora dintre cele mai apreciate branduri românești de vin. Începând cu 2004, odată cu dezvoltarea accelerată a retailului românesc, am sprijinit producătorii de vin cu care colaboram prin preluarea mandatului de gestionare a relațiilor comerciale cu marile rețele de magazine. Ne-am specializat astfel ca departament externalizat de vânzări și logistică pentru segmentul Modern Trade. La acel moment, rețelele de retail se aflau în plină expansiune, însă nu dispuneau încă de platforme logistice, iar livrările se făceau direct în magazine, la nivel național. În această etapă am colaborat cu producători precum Cotnari, Agroindustrială Bucium, Speed Huși, Veritas Panciu, Rovit Valea



Călugărească, Vinton, Chateau Vartely, Domeniile Dealu Mare Urlați, Domeniile Cotești, Produse Moldovenești, Apcovin Focșani – Crama Tata și Fiul, HD Wines – Crama Gramma, Alcovin Măcin și alții. Au fost parteneriate de lungă durată, în cadrul cărora i-am ajutat pe producători să învețe să lucreze cu marile lanțuri de magazine și să își formeze echipe specializate, astfel încât, în timp, să poată gestiona direct aceste colaborări. În aceeași perioadă, am lucrat cu clienți precum Metro, Selgros, Carrefour, Auchan, Cora, Pic, Billa, Penny Market, Mega Image, Albinuța, Gima, La Fourmi și alții. Paralel, am derulat și un proiect de import de vinuri italiene sub brandurile „Mercante

Veneziano” și „Il Grappolo”, foarte bine primite de consumatorii români. A fost o perioadă intensă și plină de experiențe valoroase, în care multe dintre cele mai iubite branduri românești de vin au ajuns la consumatori prin intermediul serviciilor noastre de vânzare și distribuție. Unul dintre succesele de care suntem deosebit de mândri este lansarea în piață a vinului Pelin de Urlați și contribuția la consolidarea acestui brand produs de crama Domeniile Dealu Mare. Pe măsură ce producătorii au început să gestioneze direct contractele cu marile rețele de magazine și, odată ce acestea și-au dezvoltat propriile platforme logistice, iar firmele de servicii logistice și curierat s-au

dezvoltat, producătorii români nou intrați pe piață nu au mai avut nevoie de serviciile noastre. Astfel, am fost nevoiți să ne reconfigurăm activitatea și să ne orientăm către importul de vinuri Premium și Super Premium.

Ce mărci de vinuri aduceți pe piața românească, de la ce producători italieni?

Probabil că datorită importurilor de vinuri italiene din perioada 2008–2009 Dionysos - Casa de Vinuri Selecționate figura în bazele de date specializate, motiv pentru care, de-a lungul timpului, am primit numeroase solicitări din partea unor crame italiene. La sfârșitul anului 2019, am fost contactați de una dintre cele mai prestigioase cooperative oenologice din Italia, iar vinurile trimise pentru degustare m-au cucerit pe loc.

Era vorba despre Cantina Valpolicella Negrar, crama în care, în 1936, s-a născut celebrul Amarone della Valpolicella. Calitatea vinurilor a fost atât de convingătoare, încât am decis imediat să reluăm activitatea de import. La mijlocul lunii ianuarie 2020, directoarea de export a cramei ne-a vizitat, iar întâlnirea a fost, fără exagerare, „dragoste la prima vedere”. Vinurile din portofoliul Cantina Valpolicella Negrar sunt reprezentative pentru zona Veneto, cu precădere pentru Valpolicella și Soave – vinuri autentice, atât albe, cât și roșii. Succesul raportat în retail ne-a încurajat să continuăm.

Pe măsură ce tot mai mulți români au călătorit în Italia – devenită destinația de vacanță nr. 1 – și s-au îndrăgostit de vinurile și gastronomia locală, am știut că vor aprecia posibilitatea de a regăsi acasă aromele vacanței. De aceea, anul trecut am prins aripi și am extins colaborarea cu încă opt crame de renume, din cele mai prestigioase regiuni vitivinicole ale Italiei. Cu bucurie am adăugat în portofoliul Dionysos - Casa de Vinuri Selecționate vinurile unor crame de prestigiu: Cantina Pertinace (Piemonte), Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano (Toscana), Cantina La Guardiense (Campania), CVA Canicatti (Sicilia), Cantina Frentana (Abruzzo), Sutto (Piave), Polje (Friuli) și Batiso (Valdobbiadene).

Care vinuri sunt cele mai solicitate? Prin ce s-au remarcat aceste vinuri?

Dacă vorbim despre regiunea Valpolicella, portofoliul nostru de vinuri include Amarone, Ripasso, Valpolicella, Recioto, vinuri unice în piață, toate recunoscute și premiate la concursuri internaționale. Este incontestabil: Amarone della Valpolicella este în vârf. Și pe bună dreptate, pentru că vorbim despre vinul original, creat la Cantina Valpolicella Negrar. Reacțiile consumatorilor avizați confirmă acest lucru – adesea auzim exclamații precum: „Da, domnule! Este altceva!”, după ce degustă Amarone din portofoliul nostru. Imediat după Amarone se află Appassimento Rosso Veneto Passito, pe care noi îl alintăm „baby Amarone”. Este obținut din aceiași struguri ca și Amarone, însă procesul de stafidire durează doar două luni, urmat de vinificație, două luni de maturare în lemn și încă două luni în sticlă, după care vinul este gata de savurat. Cu un conținut alcoolic de doar 14%, este mult mai accesibil tinerilor iubitori de vin – dar nu numai lor, avem clienți de toate vârstele care s-au îndrăgostit iremediabil de Appassimento. Vinuri albe precum Garganega sunt foarte bine primite, dar se remarcă și Soave sau Pinot Grigio delle

Venezie, aflate constant în topul vânzărilor de vinuri albe și extrem de apreciate de consumatori. Iar despre Lugana am primit reacții entuziaste, de genul „este din alt film”, inclusiv din partea unor vinificatori reputați din România.

În universul vinurilor italiene, Piemonte este un simbol al eleganței, iar Pertinace reprezintă un nume care inspiră încredere iubitorilor de vin. De la Barbaresco DOCG la Nebbiolo și Barbera d'Alba, vinurile Pertinace sunt apreciate pentru caracterul lor autentic și pentru rafinamentul stilistic. Pertinace se distinge ca un producător de top, cu o reputație internațională solidă, dedicat armonizării tradiției cu inovația. Fiecare sticlă semnată Pertinace nu oferă doar o experiență gustativă de excepție, ci și povestea unei pasiuni profunde, a unei munci consecvente și a unui respect sincer pentru pământul care dă naștere celor mai valoroși struguri.

Toscana este o regiune care își poartă singură renumele, iar un brand cu prestigiu Vignaioli del Morellino di Scansano aduce valoare imediată oricărui importator. Celebrul Morellino di Scansano este un reper al vinurilor toscane, iar calitatea sa constantă îl transformă într-o alegere excelentă pentru piața românească. Fără îndoială, Morellino di





Scansano este vedeta cramei, fiind produs în variante diverse – de la clasicul Roggiano până la edițiile exclusiviste Riserva, precum Vigna Benefizio și Sicomoro – toate completate de SuperToscanul Poco per Pochi. La fel de impresionant este și Ciliegliolo Capoccia, un vin roșu obținut din soiul omonim, considerat strămoșul celebrului Sangiovese. Gama este întregită de vinurile albe Vermentino Maremma Toscana Vigna Fiorini și Rasenno Bianco di Pitigliano Superiore. Crama păstrează standarde înalte de calitate, dar pune accent și pe accesibilitate, oferind vinuri de excepție la prețuri competitive.

Din colinele verzi ale Campaniei, unde tradiția viticolă se împletește armonios cu spiritul inovator, ia naștere un brand care impresionează prin rafinament și personalitate: Mirata, creat de Cantina La Guardiense. Acest vin nu este doar expresia măiestriei oenologice, ci și o declarație de stil, pasiune și respect față de terroir-ul unic al zonei Sannio Beneventano. Numele „Mirata”, care înseamnă „vizată” sau „țintită”, reflectă perfect ambiția acestui vin

de a atinge excelența. Obținut din soiuri autohtone precum Falanghina, Greco, Aglianico sau Fiano, Mirata cucerește încă de la prima privire prin eleganța prezentării, iar apoi prin profunzimea aromei și echilibrul ireproșabil. Vinurile spumante din gama Q Line prind viață în inima văii, pe soluri fertile, proaspete, adânci și bine drenate, care le conferă o prospețime vibrantă și o eleganță remarcabilă.

CVA Canicattì este un adevărat ambasador al excelenței vinurilor siciliene – de la Nero d'Avola la Grillo și Catarratto – oferind un raport calitate-preț remarcabil. În inima Siciliei, unde istoria vibrează în fiecare vestigiu antic și natura își exprimă forța prin arome intense și peisaje memorabile, ia naștere un vin cu totul special: Diodoros, creat de Cantina Vitivinicola Canicattì. Acest vin nu este doar o realizare oenologică, ci rezultatul unui proiect de excepție, dezvoltat în parteneriat cu Parcul Arheologic din Valea Templelor din Agrigento – unul dintre cele mai impresionante situri UNESCO. Două dintre vinurile emblematice ale cramei, Diodoros și 1934, fac parte din proiectul

„Agrigento – Capitală a Culturii 2025”.

Eticheta Diodoros, o expresie vizuală a unei istorii milenare, apare pe afișul oficial al parcului arheologic și a fost inclusă în Top 100 Italia, consolidând renumele internațional al brandului.

Abruzzo este patria unor vinuri apreciate în întreaga lume, iar Cantina Frentana se numără printre cele mai puternice și respectate branduri ale regiunii. Povestea Cantina Frentana este una autentică, un exemplu de succes cooperatist italian. Brandurile sale – de la gamele populare (Frentano, Costa del Mulino etc.) până la vinurile Riserva – au cucerit piețe internaționale din întreaga lume. Costa del Mulino Pecorino, Passerina și Cococciola sunt trei vinuri albe obținute din soiuri rare și emblematice, care impresionează prin prospețime, puritate și o simplitate elegantă. Montepulciano d'Abruzzo, vinul roșu al colecției, reprezintă chintesenta unui terroir ce poartă amprenta întâlnirii dintre munte și mare.

Fiecare dintre cele trei branduri ale familiei Sutto completează armonios un portofoliu

profesionist: Sutto – expresia tradiției din zona Piave, Batiso – eleganța inconfundabilă a Prosecco DOCG din Valdobbiadene și Polje – rafinamentul specific regiunii Friuli Collio, cu vinuri premium tipice -Friulano sau Ribolla Gialla. În peisajul bogat și dinamic al vinurilor italiene, unde istoria și terroir-ul se împletesc firesc cu viziunea modernă, Sutto Wines se evidențiază ca un exemplu de excelență contemporană, cu rădăcini puternice în tradiția viticolă a regiunii Veneto. Cele trei crame ale sale – Sutto din Piave, Batiso din Valdobbiadene și Polje din Friuli – spun împreună povestea unei familii cu ADN 100% italian.

Cum apreciați modul de organizare al viticultorilor din Italia și ce ar avea de învățat producătorii de vin locali de la confrății lor italieni?

Italia se află printre principalii producători de vin din lume, în ultimii ani ocupând chiar poziția numărul 1 în clasament, dar se numără și printre principalii exportatori. Cu mai mult de 500 denumiri (DOCG, DOC și IGT), suprafața viilor italiene este de aproximativ 700.000 de hectare. Producătorii de vin au înțeles că trebuie să țină pasul cu cerințele pieței, au investit în cele mai moderne tehnici de cultivare a viței de vie și în tehnologii de vinificație bazate pe cercetare și inovare, însă au pariat pe cultivarea soiurilor locale propunându-și tipicitatea vinurilor și promovarea terroir-ului ca valori fundamentale.

În Italia, sunt în acest moment mii de crame, mai mari sau mai mici, dar secretul succesului pe piața internațională l-au descoperit viticultorii care s-au asociat și au creat cooperative agricole.

Noi credem că aceasta ar putea fi soluția și ne bazăm pe poveștile de succes ale partenerilor noștri italieni, majoritatea dintre aceștia fiind “cantine sociale”, adică cooperative agricole înființate cu zeci de ani în urmă, și devenite crame puternice, care controlează plantații de sute, sau chiar mii de hectare de vie, aplicând proceduri și reguli foarte stricte, pe care toți membrii cooperatori le respectă cu sfințenie. Așa reușesc să obțină struguri de foarte bună calitate și să producă vinuri emblematice care se exportă în zeci de țări de pe toate continentele lumii.

Care sunt cele mai mari provocări în domeniul în care activați?

Anul 2020 a adus schimbări majore pentru întreaga lume, iar noi nu am făcut excepție. Pandemia ne-a afectat profund, dar am decis să nu renunțăm. Am ales să ne reinventăm și să valorificăm cele două decenii de experiență în industrie.

Așa a început noua noastră aventură: importul de vinuri italiene premium și superpremium. Nu a fost o misiune ușoară, mai ales pentru că a trebuit să acoperim toate canalele de distribuție – inclusiv magazinele de specialitate și HoReCa – chiar în momentul în care pandemia izbucnea. A fost și bine și rău, pentru noi. Bine, pentru că la început a fost destul de liniște și am avut timp să aprofundăm cele aproape 100 de vinuri nou intrate în anul 2020 în portofoliul nostru, rău pentru că, din cauza măsurilor de siguranță de care ne amintim cu toții, nu mai puteam comunica cu clienții noștri și nu se mai puteau organiza ședințele de degustare, fără de care niciun vin nu este pus în rafturi.

Am reușit totuși să convingem repede clienții din retailul modern, care au apreciat calitatea excepțională a vinurilor și am primit prima comandă la începutul lunii mai 2020 de la Kaufland România. A urmat apoi listarea în Carrefour, Remarkt, Mega-Image, Auchan, emag.ro, altex.ro, freshful.ro. Am reușit să listăm vinurile și în rafturile câtorva magazine de specialitate și în câteva shop-uri on-line și în câteva restaurante și am semnat și câteva contracte cu distribuitori locali din țară pentru acoperirea retailului tradițional și



a segmentului HoReCa. Mai avem de lucru, atât în ceea ce privește listarea în rafturile restului de rețele de magazine unde vinurile nu au fost încă listate, dar mai ales în ceea ce privește retailul de specialitate și HoReCa.

Cum reușiți să încheiați noi parteneriate și să obțineți noi clienți? Care sunt metodele prin care vă promovați?

Ne-am propus să devenim un importator și distribuitor de referință, cu un portofoliu de vinuri de foarte bună calitate și cu un raport calitate-preț excelent, atât pentru retail, cât și pentru HoReCa și am decis să extindem portofoliul exclusiv cu crame italiene, deși primim constant solicitări și din alte țări, inclusiv din America de Sud sau Africa de Sud. La sfârșitul lunii octombrie 2024, am organizat lansarea oficială a noilor crame în România, un eveniment de succes desfășurat cu sprijinul Institutului Italian de Cultură din București. Ne-am dorit mai mult decât o simplă prezentare de vinuri; am vrut să creăm un veritabil moment de cultură italiană, pentru că vinul – alături de gastronomie – este o expresie esențială a identității unui popor. Am construit o atmosferă care să permită invitaților să interacționeze direct cu producătorii, iar fiecare vin degustat să devină o experiență memorabilă. Aprecierea oaspeților ne-a confirmat că suntem pe drumul cel bun. Ne-a onorat prezența Excelenței Sale Alfredo Maria Durante Mangoni, Ambasadorul Italiei în România în acel moment, un fin cunoscător al vinurilor și tradițiilor italiene, care a încântat publicul cu un discurs plin de eleganță și pasiune.

Ne promovăm destul de intens, spun eu, prin participarea la evenimentele importante de profil. Am participat încă din anul 2022 la concursul de vinuri Vinarium – International Wine Contest of Bucharest – cel mai important concurs de profil din Europa de Est, organizat sub supravegherea Organizației Internaționale a Viei și Vinului și a Vinofed – Federația Internațională a Competițiilor de Vinuri și vinurile din portofoliul nostru au fost printre cele mai premiate. Am câștigat nu numai medalii de aur și argint, dar chiar și o mare Medalie de Aur și anul acesta, din 25 de etichete alese ca selecție a celor mai bune prezentări vizuale –

ansamblu packaging & labeling – în termenii esteticii, susținerii mesajului enologic, personalității cramei, plus maniera de realizare din cele 1.400 de participante, două etichete au fost ale vinurilor din portofoliul nostru, de la cantina di Negrar – Colecția Il Viaggio di Ulisse și Barbera d Alba de la Pertinace.

Participăm la târgurile de profil cele mai importante organizate în România, avem deja două participări la Salonul Gustul Italiei, organizat de ICE- Agenția pentru promovarea în străinătate și internaționalizarea companiilor italiene în cadrul festivalului de vin Rowine, anul acesta am avut trei standuri și nu mai puțin de 58 de vinuri în degustare. Am participat la festivalul Millesime de la Oradea, Vin la munte de la Brașov, Wine Tonic Festival Craiova etc.

Organizăm evenimente de promovare ale vinurilor în locațiile clienților de tip HoReCa și în magazinele de specialitate unde sunt listate vinurile din portofoliul nostru, iar pentru vinurile din retailul modern susținem împreună cu clienții noștri campanii de promovare prin reducerea prețurilor la raft. Apărem și în diverse reviste și site-uri de specialitate, iar anul acesta vom avea și o campanie de publicitate TV pe durata sărbătorilor de Crăciun și Anul Nou, între 15 decembrie 2025 și 4 ianuarie 2026.

Lumea în care trăim se transformă rapid. Piața se schimbă, la fel și cerințele. Cum faceți să fiți mereu la zi cu toate tendințele?

În era experiențelor gourmet și a storytelling-ului de brand, vinul nu mai este doar un produs de consum — a devenit un simbol al stilului de viață și un instrument de comunicare pentru restaurante, hoteluri, lounge-uri premium, magazine de specialitate și chiar pentru operatorii de comerț modern.

Pentru profesioniștii din HoReCa și pentru comercianții specializați în vinuri, alegerea unor branduri care îmbină calitatea organoleptică cu un concept vizual și narativ puternic poate transforma o listă obișnuită de vinuri într-una memorabilă. În retailul modern, prezența unor vinuri premium cu povești contribuie nu doar la atragerea clienților conașseuri, ci și la extinderea coșului de cumpărături, prin orientarea

acestora spre produse care corespund standardelor lor ridicate.

Pornind de la această perspectivă, câteva dintre brandurile care astăzi se regăsesc — cel puțin în percepția pieței — în categoria “branduri Premium”, formează colecția Vinuri de VIS – Vini Italiani Stupendi, by Dionysos CVS, o selecție atent curatoriată de vinuri provenite de la fiecare dintre partenerii noștri italieni, care studiază atent tendințele de consum și lansează produse noi în conformitate cu cerințele pieței. Branduri precum Domini Veneti sau Cantina di Negrar (Cantina Valpolicella Negrar), liniile Pertinace sau Terramata (Pertinace), gama Roggiano de Morellino di Scansano sau La Rasola – Maremma Toscana cu un Ciliegiole unic (Cantina Vignaioli del Morellino di Scansano), liniile Quid Janare sau Mirata (La Guardiense), Diodoros, 1934 — Tribute to Pirandello, Alico (CVA Canicattì), colecțiile Frentana Costa del Molino sau Valevo Costa dei Trabocchi Gabbiano, liniile de la Sutto, gama de spumante Batisto (Valdobbiadene), gama Polje (Friuli) și, nu în ultimul rând, linia Lucepiana sunt branduri orientate către HoReCa și retailul modern, unde pot fi integrate cu succes.

Calitatea lor, asociată cu identități vizuale și povești autentice, contribuie la îmbogățirea experienței consumatorilor și îi determină să revină și să descopere vinurile noastre, dornici să retrăiască aceeași plăcere a degustării.

Cum apreciați concurența din această industrie nobilă? Ce vă diferențiază de competitori?

Concurența din domeniu este acerbă și, din păcate, de multe ori este neprincipială. Și

nu este deloc ușor să facem față concurenței care există în piață cu mult timp înaintea noastră și pentru că spațiile în rafturile magazinelor sunt limitate. Din păcate în România există anumite cutume când e vorba de distribuția de vinuri în HoReCa și aceste cutume ne limitează atât pe noi ca importatori, cât și pe clienții restaurantelor. Dar noi ne respectăm valorile și profesiunea de credință: iubim vinul mai mult ca oricând, iar acum știm mai mult ca oricând să îl prețuim și să îl facem și pe alții să vadă, să guste și să iubească ce vedem, cum apreciem și cât iubim noi vinurile noastre speciale.

Această abordare este practic reflectarea misiunii pe care ne-am ales-o în noul capitol pe care l-am deschis în 2020: să hrănim curiozitatea oamenilor în călătoria descoperirii vinului de calitate și să le insuflăm pasiunea pentru acesta.

De aceea brandurile au fost selectate ca o călătorie a unui nou-viitor cunoscător de vin, călătorie plină de gusturi seducătoare, de la etapa de “interesat de un vin bun” la etapa de “cunoscător al vinurilor de calitate premium”. Ne-am angajat să aducem în România vinuri speciale, care reflectă autenticitatea și rafinamentul culturii italiene. Italia, cu peisajele sale variate și terroir-ul distinctiv, oferă vinuri care surprind esența locului și meșteșugul vinificatorilor locali.

Compania noastră își propune nu doar să ofere vinuri excelente, ci și să promoveze cultura vinului prin evenimente, degustări și colaborări cu experți în domeniu. Ne dorim să împărțim cu consumatorii noștri nu numai o selecție de vinuri, ci o experiență completă, o călătorie senzorială prin regiunile viticole ale Italiei, de la Toscana la Sicilia, de la Piemonte la Veneto.



Ambalaje personalizate



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



globalprint

www.tipografia-global-print.ro

2025 a fost un an al consolidării și al creșterii sustenabile

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

Garanti BBVA își menține angajamentul de a construi relații solide și de durată cu companiile din România, prin creditare responsabilă, soluții financiare personalizate și consultanță strategică. Bilge Demirer, Director General Adjunct, Aria Enterprise Banking, explică modul în care banca îmbină inovația, sustenabilitatea și expertiza globală, pentru a crea valoare pe termen lung pentru clienți și a le susține dezvoltarea într-un mediu economic aflat în continuă schimbare.

Care au fost principalele direcții de acțiune pentru Garanti BBVA în zona Corporate și IMM anul acesta și cum se aliniază ele viziunii pe termen lung a băncii în România?

În 2025, ne-am concentrat pe construirea unor relații mai puternice și mai sustenabile cu companiile de toate dimensiunile. În zona Commercial & SME Banking, am pus accent pe extinderea bazei de clienți, pe îmbunătățirea performanței de creditare și pe folosirea conturilor curente ca produs-cheie în construirea relației comerciale. În același timp, am urmărit o utilizare mai activă a serviciilor bancare și o retenție mai bună a clienților. Ne-am propus să oferim antreprenorilor o experiență bancară mai simplă și mai coerentă, în care operațiunile de zi cu zi să susțină dezvoltarea afacerii, nu doar tranzacțiile curente. În Corporate Banking, am consolidat poziția băncii pe piață, valorificând know-how-ul și expertiza Grupului BBVA. Prin automatizarea și optimizarea proceselor, am crescut eficiența operațională în relația cu clienții. De asemenea, am derulat programe dedicate pentru dezvoltarea competențelor echipei, cu focus pe sustenabilitate. Per ansamblu, 2025 a fost un an dedicat consolidării portofoliului și rafinării

modelului nostru de servicii, pentru a reflecta cât mai bine evoluția nevoilor clienților. Prioritatea noastră a fost să creștem eficiența și consistența operațiunilor. Toate aceste eforturi au întărit poziția băncii pe piață, asigurând un ritm de creștere sustenabil și solid fundamentat.

Cum ați descrie performanța Garanti BBVA pe segmentele Corporate și IMM în 2025 și care au fost principalii factori care le-au susținut evoluția?

Garanti BBVA România a continuat să-și consolideze poziția în zona Enterprise Banking, obținând rezultate peste media pieței, atât pe segmentul Corporate, cât și pe cel IMM. Această evoluție reflectă eficiența strategiei noastre, bazată pe agilitate, inovație digitală și parteneriate responsabile, orientate către dezvoltarea pe termen lung a companiilor. În segmentul IMM, ne-am concentrat pe extinderea accesului la finanțare și pe îmbunătățirea experienței oferite clienților. Mai multe inițiative lansate anul acesta, de la simplificarea fluxurilor de creditare la instrumente mai avansate de monitorizare a performanței, au redus semnificativ timpul de aprobare a creditelor și au făcut

interacțiunea cu banca mult mai fluidă. Prin programe precum InvestEU, cu garanție din partea Fondului European de Investiții (FEI), și prin produse dedicate agriculturii, precum creditele Agenției de Plăți și Intervenție pentru Agricultură (APIA) sau cele cu garanție ale Fondului de Garantare a Creditului Rural (FGCR), am ajuns la un număr mai mare de antreprenori și le-am oferit soluții de finanțare flexibile și ușor accesibile.

În zona Corporate Banking, ne-am axat pe consolidarea portofoliului și adaptarea modelului de servicii pentru a răspunde cât mai bine nevoilor clienților, valorificând în același timp oportunitățile asociate tranziției către sustenabilitate, un domeniu în care beneficiem de expertiza solidă a grupului din care facem parte.

Cum a evoluat portofoliul de credite al Garanti BBVA România în ultimii ani și ce tendințe ați observat în finanțarea corporativă?

În ultimii ani, Garanti BBVA România a înregistrat o creștere constantă a activității de creditare, cu un ritm semnificativ peste media pieței bancare locale. Ponderea creditelor acordate companiilor a crescut constant în ultimii patru ani, în timp ce calitatea portofoliului s-a menținut la un nivel foarte bun, cu o rată a creditelor neperformante sub media pieței. Rezultatele reflectă eficiența abordării noastre prudente în gestionarea riscului și soliditatea bazei de clienți. Prin menținerea unui portofoliu echilibrat și finanțarea proiectelor de investiții din sectoare economice esențiale, am susținut o creștere sustenabilă și am generat valoare pe termen lung pentru clienți și mediul de business local.



Ce rol au avut sinergiile cu Grupul BBVA în conturarea strategiei corporate din acest an?

Apartenența la un grup financiar global ne-a oferit acces la un know-how avansat și o orientare strategică clară, centrată spre sustenabilitate, digitalizare și rezultate pe termen lung.

Expertiza Grupului BBVA reprezintă un atu esențial, care ne sprijină în accelerarea proceselor de automatizare, îmbunătățirea modelelor de risc și integrarea criteriilor de sustenabilitate în oferta noastră de finanțare corporate, fie că vorbim despre structurarea unor tranzacții complexe sau dezvoltarea de produse noi, aliniate la Taxonomia UE și principiile ESG. Această bază solidă de cunoștințe ne-a ajutat să construim soluții adaptate pieței din România, menținând în același timp standardele ridicate aplicate la nivelul întregului Grup.

Totodată, dimensiunea internațională a Grupului ne oferă resurse pentru a sprijini companiile prin know-how și conexiuni transfrontaliere, ajutându-le să acceseze oportunități din afara pieței locale. Ne propunem constant să combinăm agilitatea locală cu expertiza globală, transformând viziunea Grupului - aceea a unei bănci inovatoare și responsabile - în rezultate concrete pentru clienți.

Dincolo de finanțare, cum se implică Garanti BBVA în domeniul consultanței și educației pentru mediul de afaceri?

Consultanța a fost dintotdeauna o componentă esențială a relației noastre cu clienții. Ne-am concentrat nu doar pe finanțarea proiectelor lor, ci și pe susținerea unor decizii strategice bine informate. Managerii noștri de relații au lucrat îndeaproape cu companiile, asigurându-le suport în finanțarea investițiilor și integrarea criteriilor ESG. Această abordare ne-a consolidat relațiile cu clienții și a poziționat banca drept un partener de încredere pe termen lung.

Combinând expertiza financiară cu inițiative educaționale, am sprijinit clienții în a-și consolida reziliența și competitivitatea. Obiectivul nostru a fost să le oferim cunoștințele și instrumentele necesare pentru a lua decizii responsabile și pentru a

România a intrat într-o nouă etapă de maturitate economică. Cum a evoluat cererea de finanțare din partea companiilor medii în acest an și cum și-a adaptat Garanti BBVA oferta pentru a răspunde noilor tendințe din piață?

În 2025, am observat o schimbare clară în modul în care companiile de talie medie privesc finanțarea. Interesul lor s-a mutat de la soluții orientate spre lichiditate pe termen scurt către finanțări structurate, dedicate investițiilor în modernizare, sustenabilitate și creșterea competitivității. Mulți clienți din această categorie au inițiat proiecte legate de automatizare, eficientizarea producției și tranziția energetică, ceea ce indică o abordare mult mai strategică decât în anii anteriori.

Echipele noastre au lucrat îndeaproape cu antreprenorii pentru optimizarea structurii de capital, accesarea garanțiilor europene și integrarea criteriilor de sustenabilitate în proiectele lor.

În paralel, am dezvoltat pachete specializate pentru IMM-urile care trec într-o etapă de dezvoltare specifică businessurilor medii, ajutându-le să își gestioneze creșterea în mod eficient. Printr-o combinație de soluții de finanțare, instrumente digitale și expertiză de consultanță, am reușit să sprijinim afacerile care nu se mai încadrează în profilul tradițional al unui IMM, dar nici nu au ajuns la nivelul marilor corporații. Această abordare ne-a permis să consolidăm relațiile cu unul dintre cele mai dinamice segmente ale economiei românești și să contribuim la modernizarea acestuia.

crește sustenabil într-un un peisaj economic în permanentă schimbare.

Accesul la finanțare rămâne o provocare pentru companiile mici și mijlocii. Cum a sprijinit banca IMM-urile în depășirea acestor bariere?

Sprijinirea IMM-urilor a fost întotdeauna una dintre prioritățile noastre strategice, deoarece acestea reprezintă motorul economiei românești. Ne-am concentrat pe simplificarea accesului la credit și pe oferirea unor soluții flexibile, adaptate diferitelor etape de dezvoltare și nevoi ale afacerilor. Am colaborat îndeaproape și cu instituțiile europene și naționale pentru a extinde gama de instrumente de finanțare disponibile. Prin parteneriatul cu Fondului European de Investiții, am oferit antreprenorilor acces mai facil la capital de lucru și la credite pentru investiții. Această colaborare ne-a permis să ajungem la un număr mai mare de companii din sectoare economice relevante, susținând proiecte care impulsionează competitivitatea și creșterea durabilă.

Programul InvestEU pune un accent puternic pe sustenabilitate. Combinând creditarea responsabilă cu sprijinul consultativ, am ajutat IMM-urile să își consolideze operațiunile, să investească în modernizare și să își dezvolte reziliența într-o piață tot mai competitivă. Ne-am dorit ca sprijinul nostru să meargă dincolo de creditare, prin parteneriate stabile menite să susțină evoluția sustenabilă a afacerilor.

Ce impact credeți că va avea tehnologia asupra ecosistemului de creditare corporate în următorii ani?

Tehnologia a continuat să redefinească modul în care interacționăm cu clienții corporate și gestionăm procesele de creditare. În ultimii ani, automatizarea și tehnologia digitală au contribuit la procese mai eficiente, mai clare și mai rapide, îmbunătățind experiența clienților și simplificând munca echipelor interne. Analiza de credit, onboardingul și monitorizarea se bazează tot mai mult pe date, ceea ce ne permite să luăm decizii mai rapide și mai precise și să înțelegem mai bine particularitățile financiare ale fiecărui client. Privind spre viitor, rolul tehnologiei va depăși

zona de eficiență operațională. Inteligența artificială și analizele avansate vor transforma modul în care băncile evaluează riscul, anticipează nevoile companiilor și structurează soluții de finanțare adaptate. Ne așteptăm, de asemenea, la o integrare mai puternică între ecosistemele digitale, astfel încât băncile, companiile și instituțiile publice să poată face schimb de date în siguranță și să creeze un mediu de finanțare mai conectat. În același timp, credem că tehnologia trebuie să completeze, nu să înlocuiască, componenta umană esențială din bankingul corporat. Digitalizarea ne eliberează de sarcinile administrative și ne permite să ne concentrăm pe ceea ce este esențial: consultanță personalizată și perspective strategice pentru clienți.

Ce oportunități vedeți în procesul de tranziție a României către o economie verde?

Tranziția către o economie mai verde a adus, atât provocări, cât și oportunități, atât pentru companii, cât și pentru sectorul bancar. Am observat tot mai multe afaceri, indiferent de dimensiune, care au început să investească în eficiență energetică, tehnologii curate și infrastructură sustenabilă. Această schimbare a fost susținută nu doar de cerințele de reglementare, ci și de o transformare reală de mentalitate în rândul antreprenorilor, care înțeleg din ce în ce mai clar că sustenabilitatea poate deveni un avantaj competitiv pe termen lung.

Pentru bancă, această evoluție a deschis noi direcții de dezvoltare. Am creat soluții de finanțare pentru proiecte din zone precum energia regenerabilă, mobilitatea cu emisii reduse și agricultura sustenabilă, oferind în același timp sprijin în identificarea și măsurarea impactului asupra mediului. Rolul nostru nu s-a limitat la finanțare, ci a inclus și susținerea companiilor în integrarea principiilor de sustenabilitate în strategia și operațiunile lor.

În paralel, ne-am aliniat la agenda globală de sustenabilitate a Grupului BBVA, care prevede mobilizarea a 700 de miliarde de euro în finanțări sustenabile între 2025 și 2029. Această aliniere ne-a permis să îmbinăm experiența internațională cu expertiza locală, astfel încât clienții noștri din România să beneficieze de bune practici și de soluții financiare inovatoare care accelerează tranziția verde.

Privind înainte, care vor fi principalele priorități ale Garanti BBVA în zona Enterprise Banking pentru 2026?

Obiectivele noastre pentru 2026 se construiesc firesc pe progresul realizat anul acesta. Vom continua să punem accent pe o creștere sustenabilă, combinând creditarea responsabilă cu o componentă mai puternică de consultanță și digitalizare. Ne propunem ca finanțarea să fie mai accesibilă și mai bine aliniată obiectivelor pe termen lung ale clienților, menținând în același timp o abordare riguroasă de gestionare a riscului. Sustenabilitatea va rămâne un pilon central al strategiei noastre, atât prin proiectele pe care le finanțăm, cât și prin modul în care operăm. Vizăm extinderea portofoliului de finanțări verzi și dezvoltarea de soluții care sprijină companiile în tranziția către modele de business mai eficiente și mai responsabile față de mediu. În paralel, ne propunem să consolidăm colaborarea cu instituțiile europene și naționale, valorificând programele de garantare și mecanismele de investiții care susțin dezvoltarea sustenabilă a economiei.

De asemenea, vom continua să investim în oameni și tehnologie, pentru ca echipele noastre să aibă cunoștințele, instrumentele și flexibilitatea necesare pentru a oferi o experiență de calitate clienților. Viziunea noastră pentru 2026 este de a întări poziția băncii ca partener de încredere pentru companiile din România, combinând expertiza globală cu angajamentul local pentru a genera valoare pe termen lung.



Povestea Brandului “Depozit de Legume”

Articol de Trandafira Postea, distribuitor local de legume și susținător al muncii cinste



ÎNCEPUTURILE

Această firmă s-a înființat din dragoste și recunoștință pentru pământul strămoșilor, cu dorința ca românii să poată beneficia de produse cât mai proaspete și diversificate pentru toate gusturile. Această afacere reprezintă o continuare a moștenirii părinților mei, care au fost antreprenori în domeniul agricol și în măcelărie / carmangerie.

Din copilărie am trăit în această atmosferă, dezvoltând pasiunea pentru acest domeniu și dorința de a duce mai departe această meserie.

DEZVOLTAREA BUSINESS-ULUI

În 2005, când am început în domeniul de distribuție, produsele agricole românești erau la mare căutare pe toate rafturile magazinelor și piețelor. Chiar dacă producătorii nu erau atât de extinși sau dezvoltați prin producție ca acum, cererea pentru produsele locale era mare. Astăzi, piața de desfacere este din ce în ce mai bogată cu produse din import, care reprezintă o amenințare pentru produsele românești.

COLABORĂRI ȘI EXPERIENȚE

În decursul acestor ani am avut colaborări cu:

- Hoteluri și fast-food-uri
- Multe companii naționale prin distribuirea de coșuri de fructe la angajați ca bonus de recreere
- Depozite pentru prelucrarea de produse pentru magazine (dar din cauza prețurilor și condițiilor foarte stricte am renunțat la astfel de colaborări)

OBSERVAȚII ASUPRA EVOLUȚIEI DOMENIULUI

Domeniul agricol în prezent este dezvoltat foarte masiv față de acum 20 de ani când am început. În toți acești ani, producătorii au extins producția pe cât mai multe arii și suprafețe.

Un aspect surprinzător: chiar dacă sunt două decenii, prețurile la legume sunt, la unele produse, asemănătoare cu cele de la început. Sunt produse care nu au reușit să se dezvolte spre un alt nivel de preț.

AVANTAJELE PRODUSELOR ROMÂNEȘTI

Toate aceste legume și fructe românești sunt:

- Mult mai sănătoase (fără stropiri chimice)
- Țin mai mult în casele românilor
- Sunt mai gustoase și plăcute pentru publicul larg
- Ajung și pe piețele din afară, unde sunt distribuite parțial și de noi

FILOZOFIA BRANDULUI

Avem această moștenire de neam în a ne cunoaște adevăratele rădăcini și a ne pune valorile noastre pe primul plan, fiind de ajutor acelor producători care produc cu dragoste pentru meseria lor și țară.

POTENȚIALUL ROMÂNIEI

Producția în România de legume și fructe a crescut eșalonat, fiind astăzi la dublu față de anii din urmă.

Ce le lipsește producătorilor și țării este dezvoltarea industriilor de prelucrare, unde să poată procesa toate aceste produse. În prezent, România exportă materia primă și importă produsul finit la un preț mai scump. Dispunem aici, în țară, de orice forță necesară să dezvoltăm aceste industrii cu tot ce este nevoie. Acum, tot ce ne mai lipsește este doar voința.

SCHIMBĂRI OBSERVATE

În toți acești ani de distribuție am sesizat multe schimbări la consumatori și producători:

- Producătorii se orientează să facă produse mai frumoase și rezistente
- Consumatorul, din cauza abundenței de produse, nu își mai dorește să știe ce cumpără cu adevărat

VIZIUNEA DE VIITOR

În livrări, am încercat mereu să fim înaintea timpurilor și să creștem prin aplicarea diferită a lucrurilor în această industrie. Tot s-a schimbat în aceste timpuri numite “secolul vitezei”. Ce a rămas neschimbat sunt doar acele produse care vin către noi cu gândul de copilărie și țară.

În același timp doresc să reamintesc poporului român să își aducă aminte de rădăcinile noastre, de dragostea pentru neam și de autenticitatea care trebuie să domnească în această țară.

Timpurile în care ei produc nu sunt deloc benefice, însă noi putem veni în ajutorul lor prin cumpărarea de legume și fructe proaspete, românești, pe mesele tuturor românilor. Sărbători în liniște și dragoste!

Am reușit să sprijinim un număr considerabil de start-up-uri și IMM-uri în accesarea fondurilor europene și guvernamentale

Interviu cu Elena Camelia Ciocan, Fondator, SAINT INTERNATIONAL

SAINT International oferă servicii complete de **consultanță și management de proiect** pentru accesarea **fondurilor europene și guvernamentale**, sprijinind antreprenorii să transforme ideile în afaceri sustenabile.

Suntem o echipă de profesioniști dedicați, care combină **experiența practică, expertiza tehnică și o abordare strategică** pentru a obține rezultate concrete și durabile.

Ne propunem să fim partenerul de încredere al fiecărui client în drumul spre succes, oferind soluții personalizate și consultanță de top pentru dezvoltare economică și inovare.

Credem în potențialul fiecărui antreprenor și în puterea fondurilor nerambursabile de a genera schimbare. Prin fiecare proiect realizat, contribuim la dezvoltarea unei economii locale mai inovatoare și sustenabile.

Cum a decurs anul 2025 pentru compania dumneavoastră? Cum apreciați interesul antreprenorilor pentru accesarea fondurilor europene?

Pentru **SAINT International**, anul 2025 a fost unul plin de realizări semnificative, atât în ceea ce privește numărul de proiecte finalizate cu succes, cât și în termeni de impact direct asupra antreprenorilor și al economiei locale. Am reușit să sprijinim un număr considerabil de start-up-uri și IMM-uri în accesarea fondurilor europene și guvernamentale, iar acest lucru ne-a consolidat poziția ca un partener de încredere în drumul lor antreprenorial. În ceea ce privește **interesul antreprenorilor pentru accesarea fondurilor europene**, putem observa o tendință pozitivă și în continuă creștere. Tot mai mulți antreprenori încep să

conștientizeze potențialul acestor fonduri nerambursabile de a susține inovarea și dezvoltarea afacerilor lor. În plus, adaptabilitatea noastră la cerințele specifice fiecărui client, precum și abordarea noastră personalizată, au contribuit la succesul proiectelor desfășurate. Totuși, este important de menționat că interesul vine și cu provocări, mai ales în contextul diversității programelor de finanțare disponibile și al complexității procesului de aplicare. De aceea, rolul nostru ca consultanți este esențial — nu doar în ghidarea antreprenorilor prin întregul proces, ci și în oferirea de soluții care să maximizeze șansele de succes. În 2025, am observat că antreprenorii sunt mai bine informați și mai pregătiți să depună eforturi pentru a accesa aceste fonduri, ceea ce este un semn încurajator pentru viitorul antreprenoriatului românesc.

Care sunt principalele calități ale echipei SAINT INTERNATIONAL?

Echipa **SAINT International** se remarcă printr-o serie de calități esențiale care contribuie la succesul proiectelor și la satisfacția clienților noștri:

- **Profesionalism:** Fiecare membru al echipei are o expertiză solidă în domeniul său de activitate, iar angajamentul față de client este constant. Abordăm fiecare proiect cu seriozitate și dedicare, pentru a obține rezultate concrete și durabile.

- **Experiență și expertiză tehnică:** Echipa noastră combină experiența practică cu cunoștințele tehnice aprofundate, esențiale pentru a naviga complexitatea fondurilor europene și guvernamentale. Acest mix ne permite să oferim soluții inovative și să depășim provocările care pot apărea pe parcursul implementării proiectelor.

- **Abordare personalizată:** Fiecare client este unic, iar nevoile lor sunt tratate individual. Împreună cu clienții, elaborăm soluții personalizate care se potrivesc obiectivelor și resurselor fiecărei afaceri, contribuind la dezvoltarea sustenabilă a acestora.

- **Spirit de echipă și colaborare:** Lucrăm împreună, ca o echipă unită, pentru a atinge obiectivele comune ale clienților noștri. Fiecare membru aduce o valoare suplimentară prin colaborarea eficientă și comunicarea deschisă.

- **Inovație și adaptabilitate:** Într-un mediu în continuă schimbare, suntem mereu la curent cu cele mai noi reglementări și tendințe în domeniul fondurilor nerambursabile și al managementului de proiect. Aceasta ne permite să adaptăm



utilizarea celor mai noi instrumente de management de proiect, soluții de comunicare și tehnologia AI, oferim angajaților noștri toate mijloacele necesare pentru a-și îndeplini sarcinile eficient și cu succes.

Prin aceste investiții în formarea continuă și stimularea echipei, ne asigurăm că **SAINT International** va rămâne un loc unde profesioniștii sunt sprijiniți să evolueze, să aducă valoare clienților și să contribuie la succesul companiei.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră? Ce strategii aveți pentru atragerea altor clienți?

Clienții **SAINT International** provin dintr-o gamă largă de sectoare economice, ceea ce reflectă diversitatea și flexibilitatea serviciilor noastre. Printre principalele sectoare pe care le deservim, se numără:

Tehnologia informației și comunicațiilor (IT&C): Multe dintre proiectele noastre sunt destinate start-up-urilor și companiilor de tehnologie care doresc să acceseze fonduri pentru dezvoltarea de noi produse, servicii inovative și soluții software.

Industria și producția: Oferim consultanță pentru firme din sectoare precum producția de bunuri de larg consum, echipamente industriale și produse de înaltă tehnologie, care beneficiază de finanțare pentru modernizarea proceselor și creșterea eficienței operaționale.

Energie și mediu: Multe dintre proiectele noastre sunt legate de crearea de soluții ecologice și sustenabile, inclusiv energii regenerabile și proiecte care vizează reducerea emisiilor de carbon sau economisirea resurselor naturale etc. Pentru atragerea de noi clienți, ne concentrăm pe consolidarea brandului și creșterea vizibilității online prin dezvoltarea unui conținut relevant care subliniază succesul proiectelor anterioare și expertiza echipei noastre. Participăm activ la evenimente de networking, conferințe din diverse domenii, unde întâlnim potențiali clienți și stabilim parteneriate strategice. De asemenea, continuăm să oferim servicii personalizate și adaptate nevoilor pieței, demonstrând flexibilitate în abordarea fiecărui proiect și răspunzând rapid cerințelor clienților. Împărtășim

soluțiile noastre la cerințele în continuă evoluție ale pieței.

Aceste calități ne permit să construim relații de lungă durată cu clienții noștri, sprijinind dezvoltarea lor continuă și succesul pe termen lung.

Cum vă stimulați echipa? Ce investiții faceți pentru pregătirea profesională a angajaților?

La **SAINT International**, considerăm că succesul companiei este strâns legat de motivația și dezvoltarea continuă a echipei noastre. De aceea, investițiile în pregătirea profesională și stimularea angajaților sunt priorități esențiale pentru noi.

Mentorat și coaching:

Încurajăm dezvoltarea profesională prin mentorat intern, unde membrii echipei mai experimentați îi ghidează pe cei mai tineri sau pe noii angajați. Acest proces nu doar că ajută la transferul de cunoștințe, dar și întărește colaborarea și coeziunea echipei. Coaching-ul personalizat este, de asemenea,

o metodă prin care angajații pot beneficia de feedback constant și îmbunătățiri specifice în carierele lor.

Cultura învățării și inovării:

Încurajăm un mediu de lucru bazat pe **învățare continuă și inovație**. Membrii echipei sunt încurajați să propună idei noi, soluții inovative pentru clienții noștri și să își asume responsabilități suplimentare care contribuie la creșterea lor profesională. În acest fel, stimulăm un climat de creativitate și deschidere.

Recunoașterea performanței:

Un alt aspect important al stimulării echipei este recunoașterea performanței. Fiecare succes, fie el mic sau mare, este apreciat și sărbătorit. Premiem realizările individuale și colective prin bonusuri de performanță și oportunități de avansare în carieră, astfel încât angajații să se simtă motivați și să li se dea valoarea corectă.

Acces la resurse și instrumente de ultimă generație:

Investim constant în tehnologii și resurse care să sprijine activitatea echipei. Prin



experiențele de succes ale clienților prin testimoniale și studii de caz, ceea ce contribuie la creșterea încrederii potențialilor parteneri. În plus, ne concentrăm pe cultivarea unei relații de încredere cu clienții existenți. Aceste strategii integrate ne ajută să atragem clienți din sectoare economice diverse, consolidând totodată relațiile pe termen lung.

Este dificil să te dezvolți ca antreprenor în România?

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

Fiind antreprenor în România există atât oportunități, cât și provocări semnificative. Printre cele mai mari obstacole se numără **birocrația**, cu proceduri încă complexe și schimbări frecvente de legislație, și **accesul la finanțare**, unde competiția este ridicată, iar procedurile pentru fonduri europene sau credite pot fi dificil de navigat fără consultanță specializată. În plus, instabilitatea economică, creșterea

costurilor și transformarea digitală reprezintă provocări suplimentare, mai ales pentru IMM-uri și start-up-uri. Cu toate acestea, antreprenoriatul în România rămâne plin de oportunități. Cu o strategie bine gândită, sprijin profesional și echipa potrivită, multe dintre aceste obstacole pot fi depășite. La **SAINT International**, ne dedicăm să oferim consultanță personalizată și soluții inovative pentru a sprijini antreprenorii să-și dezvolte afacerile cu succes.

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

Consider că Executivul ar trebui să se concentreze pe **digitalizarea administrației** și pe simplificarea procedurilor, astfel încât antreprenorii să poată interacționa rapid și eficient cu instituțiile. Totodată, este importantă **stabilitatea legislativă**, pentru ca mediul de afaceri să poată planifica și investi pe termen lung. Accesul la fonduri ar

trebui să fie mai **clar**, cu proceduri simplificate și termene predictibile. În paralel, formarea profesională a funcționarilor și programele de sprijin pentru IMM-uri și start-up-uri, inclusiv facilități fiscale și sprijin pentru digitalizare, ar contribui la crearea unui mediu de afaceri competitiv și stimulat.

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

Evoluția antreprenoriului în România are un potențial semnificativ, însă există încă anumite decalaje față de statele din Europa Centrală. În prezent, antreprenoriatul românesc este din ce în ce mai dinamic: tot mai mulți tineri și profesioniști își transformă ideile în afaceri, iar accesul la informație, consultanță și fonduri europene contribuie la creșterea acestui fenomen. Comparativ cu statele din Europa Centrală, încă întâmpinăm provocări legate de birocrație, predictibilitate legislativă și accesul la finanțare rapidă. Cu toate acestea, ritmul de adaptare și interesul antreprenorilor sunt în creștere, ceea ce sugerează că decalajul poate fi redus în următorii ani. Pe măsură ce mediul de afaceri devine mai stabil, digitalizat și orientat spre sprijinirea IMM-urilor, ne putem apropia de nivelul statelor care astăzi sunt considerate modele în Europa Centrală.

România are avantajul unei piețe tinere, creative și receptivă la inovație. Dacă se investește continuu în educația antreprenorială, digitalizare și sprijin concret pentru start-up-uri, viitorul antreprenoriului românesc poate fi unul foarte promițător, cu afaceri competitive la nivel regional și european.



Tel.: 0770 719 902 | 0771 412 487

E-mail: consultanta@saintinternational.ro

Web: <https://saintinternational.ro>

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.

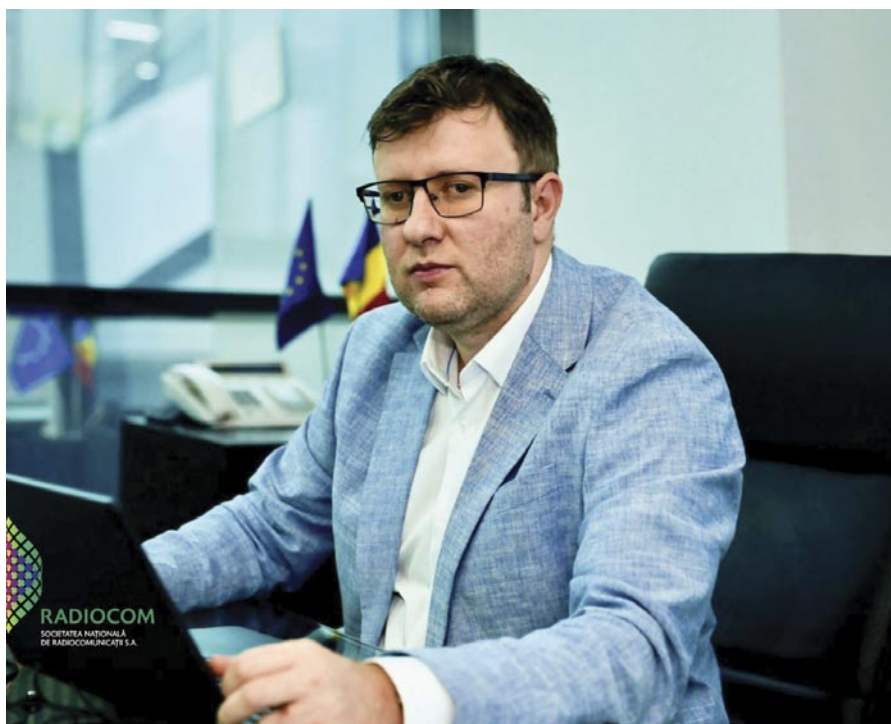
RADIOCOM - o entitate strategică pentru statul român și un partener de încredere pentru antreprenori

Interviu cu **Mădălin - Corneliu FRUNZETE**,
Director General, Societatea Națională de Radiocomunicații S.A. (RADIOCOM)

Cu o istorie îndelungată pe piața de telecomunicații, Societatea Națională de Radiocomunicații S.A. (**RADIOCOM**) își continuă misiunea de a susține dreptul constituțional la informare al cetățenilor. De la primele transmisiuni radio până la infrastructura modernă de telecomunicații, compania a evoluat constant, devenind liderul național în domeniul broadcastingului terestru și un furnizor important de rețele și servicii de transmisiuni de date din România. În prezent, **RADIOCOM** asigură preluarea, transportul și difuzarea terestră a programelor publice de radio și televiziune. Compania joacă un rol strategic pentru statul român și rămâne un reper al stabilității, continuității și evoluției pe piața de telecomunicații din România. În linie cu această evoluție, **RADIOCOM** își propune să devină un partener activ pentru mediul antreprenorial, deschizând accesul la infrastructura și expertiza tehnică, pe care compania le deține. Prin dialog și colaborare cu piața, compania urmărește diversificarea portofoliului și identificarea unor noi oportunități legate de servicii și tehnologii noi, inclusiv de utilitate publică – precum servicii digitale pentru medicină, agricultură și alte domenii de larg interes pentru cetățeni. Acestea au particularități și cerințe strâns legate de nevoile consumatorilor, iar intenția noastră este să le transformăm în oportunități comerciale viabile, cu beneficii atât pentru companie, cât și pentru societate.

Care sunt principalii clienți și parteneri, la finalul anului 2025?

Portofoliul **RADIOCOM** reunește instituții publice strategice și jucători majori din



Mădălin - Corneliu FRUNZETE – Director General RADIOCOM | Doctor în inginerie electronică, telecomunicații și tehnologii informaționale | Fulbright Scholar

pieță. Principalii clienți sunt Societatea Română de Televiziune (SRTv) și Societatea Română de Radiodifuziune (SRR), cu care derulăm relații comerciale semnificative, ce generează aproximativ 75% din venituri. Un alt segment relevant îl reprezintă colaborările cu operatori importanți din telecomunicații și instituții publice pentru servicii de colocare pe infrastructura **RADIOCOM**, beneficiind de o acoperire extinsă și înaltă reziliență a sistemelor operate de companie. De asemenea, furnizăm soluții adaptate cerințelor clienților din sectorul IMM-urilor, precum și unui număr important de entități publice.

Cum este structurată RADIOCOM? Ce echipă aveți în prezent?

Structura **RADIOCOM** este orientată tehnic, cu accent pe asigurarea calității și rezilienței infrastructurilor și serviciilor care permit distribuția terestră a programelor publice de radio și televiziune către populație. În acest sens, compania prezintă o structură cu un centru de greutate în zona operațional-tehnică și de management, pentru ca misiunea publică să fie îndeplinită în condiții optime. Pe lângă această componentă strategică, **RADIOCOM** derulează activități comerciale și tehnice pe segmentele de piață de nișă. Echipa de management este structurată

ierarhic la nivel central și în cadrul sucursalelor regionale, fiind coordonată centralizat pentru a asigura funcționarea cât mai eficientă a operațiunilor la nivel național.

Ce investiții faceți pentru pregătirea profesională a specialiștilor dumneavoastră?

RADIOCOM a acordat constant atenție dezvoltării profesionale a angajaților săi, conștientă că gestionarea infrastructurilor de înaltă calitate și reziliență impune competențe avansate ce necesită o actualizare permanentă. Punem accent pe eficiență și desfășurăm sesiuni de instruire în principal prin resurse interne, folosind centrele noastre de pregătire și expertiza specialiștilor din companie. În condițiile în care politicile guvernamentale urmăresc eficientizarea costurilor dedicate formării, managementul executiv al **RADIOCOM** pune accent pe valorificarea la maximum a resurselor interne pentru a menține un nivel profesional ridicat. În paralel, compania susține formarea unei noi generații de specialiști, facilitând accesul tinerilor la experiență practică și interacțiune directă cu experții noștri. Acest demers se reflectă, în special, în colaborarea cu studenții facultăților tehnice din cadrul Universității POLITEHNICA București, cărora le oferim posibilitatea de a dobândi experiență practică relevantă pentru viitoarea lor profesie. Un exemplu recent îl reprezintă vizita studenților din POLITEHNICA București, la începutul lunii decembrie, la Stația Herăstrău, unde specialiștii companiei au oferit o perspectivă directă asupra modului în care funcționează infrastructura de radiocomunicații. Totodată, **RADIOCOM** urmărește dezvoltarea unor parteneriate durabile cu mediul universitar, pentru a transforma aceste inițiative în proiecte comune, inclusiv pentru formarea viitorilor specialiști în telecomunicații. Astfel, într-o piață a comunicațiilor extrem de dinamică și competitivă, pregătirea profesională continuă devine esențială pentru adaptare și performanță.

Care sunt serviciile cele mai solicitate de către clienți?

Cele mai solicitate servicii sunt cele care poziționează **RADIOCOM** într-o zonă de nișă -

soluții fiabile, reziliente și disponibile inclusiv în regiuni unde infrastructurile altor operatori sunt limitate. Cererea este concentrată pe serviciile VPN (Virtual Private Network) și accesul la internet – BiNet Premium, apreciate pentru disponibilitate și calitate. Totodată, marii operatori de telecomunicații contractează frecvent serviciile de închiriere de spații tehnice și suporturi antene – colocare pe infrastructura **RADIOCOM**, beneficiind de acoperirea extinsă și de siguranța facilităților noastre.

Care servicii considerați că au un potențial de creștere ridicat în anii următori?

Potențialul de creștere trebuie analizat în raport cu evoluțiile din mediul extern și dinamica internă a companiei. Având în vedere specificul nostru în zona de broadcasting terestru, estimăm că un important motor de dezvoltare îl poate reprezenta extinderea serviciilor digitale de radiodifuziune terestră, în conformitate cu direcțiile strategice stabilite de ministerul de resort. Un al doilea segment cu potențial de dezvoltare este cel al serviciilor de închiriere a spațiilor tehnice și non-tehnice, unde interesul pieței rămâne ridicat. În plus, ne propunem să explorăm, împreună cu factorii decidenți, oportunitățile oferite de noile tehnologii emergente, precum inteligența artificială, comunicațiile cuantice, serviciile de tip smart metering și platforme de colectare, transmisie și analiză a datelor securizate prin diferite tehnologii.

Care sunt liniile directoare de orientare strategică pentru perioada 2026 - 2030?

Liniile directoare ale orientării strategice vor viza consolidarea și modernizarea companiei prin investiții capabile să genereze venituri suplimentare, să optimizeze performanța economică și să asigure alinierea permanentă a companiei la standardele actuale ale industriei.

Ne propunem să consolidăm colaborarea cu partenerii noștri tradiționali, SRTv și SRR, prin definirea și implementarea unor obiective comune de dezvoltare atât în zona broadcastingului terestru, cât și a

altor servicii de interes public, precum sistemele de avertizare a populației și noi platforme sau aplicații auxiliare.

RADIOCOM urmărește dezvoltarea colaborării cu Agenția Spațială Română (ROSA) în domeniul comunicațiilor satelitare, un sector cu potențial semnificativ de dezvoltare atât în România, cât și pe plan european, valorificând capacitățile sale tehnologice.

Din punct de vedere comercial, **RADIOCOM** va adopta o strategie de deschidere și colaborare cu entități economice de stat și private, pentru a oferi soluții adaptate nevoilor tot mai complexe ale clienților, nevoi care nu mai pot fi acoperite de o singură entitate.

În concluzie, viziunea pe care dorim să o promovăm este aceea ca **RADIOCOM** să devină un partener de încredere, deschis și flexibil pentru mediul antreprenorial, valorificând mai bine experiența și expertiza pe care compania le deține. Ne dorim un dialog activ cu antreprenorii, pentru a identifica împreună servicii și tehnologii de care piața are nevoie. În acest sens, este esențial ca **RADIOCOM** să atingă obiectivele, prin infuzie de know-how din zona privată, astfel încât, în parteneriat, să aducem plus valoare și să contribuim la dezvoltarea pieței de comunicații din România. Deși suntem o entitate cu capital integral de stat, compania dispune de o experiență instituțională solidă privind evoluția acestui sector, iar împreună cu capacitățile și dinamica mediului privat putem genera o nouă etapă de dezvoltare. În acest fel, **RADIOCOM** poate deveni un catalizator al inovării aplicate, cu impact direct în dezvoltarea unor noi servicii de largă utilitate pentru comunități și pentru acest sector economic.



CONTACT

Adresa: Șoseaua Olteniței, nr. 103, sector 4, București, cod 041303
Tel: + 40 31 500 30 01
e-mail: office@radiocom.ro

De la pasiune la un business solid și eficient

Interviu cu **Viorica Toader**, Director General, Arhivator



Cum s-a născut compania Arhivator? Ce planuri aveți la început?

Arhivator s-a născut ca urmare a apariției Legii 138 /2013. Atunci a apărut obligativitatea obținerii unor autorizații speciale, emise de Arhivele Naționale. Inițial, am practicat această meserie ca *arhivar restaurator* în cadrul Arhivelor Naționale, Serviciul Județean Brăila. În urma disponibilizărilor din cadrul

Ministerului de Interne din anul 2011 am înființat P.F.A. TOADER GH. VIORICA. Aveam doi copii minori și m-am văzut nevoită să aleg între a mă angaja la alt loc de muncă sau să-mi creez singură locul de muncă. Cum arhivarea era mai mult decât o meserie pentru mine, era pasiunea mea, am început să practic această meserie în afara instituției Arhivelor Naționale. Planuri? Niciodată nu am făcut planuri. Am lucrat cu seriozitate, am respectat și beneficiarii serviciilor

“Am lucrat cu seriozitate, am respectat și beneficiarii serviciilor noastre și salariații și cel mai mult mi-am dorit să îmi pot păstra oamenii pe care i-am angajat.

noastre și salariații și cel mai mult mi-am dorit să îmi pot păstra oamenii pe care i-am angajat. Din acest motiv am reinvestit banii ca să dezvolt societatea, ca să nu mă blochez la un nivel inferior. Toate depozitele noastre sunt proprietatea Arhivator, nu suntem chiriași, nu există pericolul să fim nevoiți să eliberăm spațiile.

Ce capacitate de depozitare aveți în prezent?

În prezent avem o capacitate de depozitare de peste 17.000 ml, în patru depozite autorizate, în două județe (Brăila și Tulcea).

Ce ne puteți spune despre patrimoniul de documente pe care-l păstrați?

Documentele pe care le avem în depozitele noastre sunt, în majoritate, de la societățile care și-au încetat activitatea. Cele mai vechi documente sunt din anul 1942 de la AMCO OTOPENI (fosta Întreprindere de Aparare de Măsură și Control). Nu deținem documente cu valoare istorică, doar documente cu valoare practică în baza cărora emitem copii, extrase și certificate.

Din ce sectoare economice provin clienții dumneavoastră?

Clienții noștri sunt:

- instituții cărora le organizăm depozitul de arhivă, prelucrăm fondul arhivistic, finalizăm prin întocmirea lucrării de selecționare și ne asigurăm că toate măsurile transmise spre îndeplinire în



procesul verbal de control, întocmit de Arhivele Naționale, sunt îndeplinite;

- practicieni în insolvență care, înainte de închiderea procedurii, trebuie să predea documentele societăților care își încetează activitatea. Urmare acestui fapt, orice persoană sau instituție, care are nevoie de vreun înscris din fondurile respective, trebuie să se adreseze către noi;
- instituții și societăți comerciale care au nevoie de spațiu de depozitare, fiind creatori de cantitate mare de documente.

Cât de importantă este operațiunea de arhivare electronică a documentelor fizice pe care le păstrați?

Cochetăm cu arhivarea electronică, dar încă nu am dezvoltat această

operațiune. Intenționăm să creăm un compartiment care să se ocupe de arhivare electronică. Deocamdată avem multă treabă să facem lucrări de selecționare.

Ce recomandări aveți pentru companiile și instituțiile care trebuie să colaboreze cu o firmă de arhivare a documentelor?

Companiile și instituțiile care trebuie să colaboreze cu o firmă de arhivare ar trebui mai întâi să ia referințe despre firma cu care ar vrea să colaboreze. Am întâlnit multe instituții care au încheiat contracte cu societăți neautorizate sau, chiar dacă erau autorizate, nu au prelucrat conform Legii și Normelor în vigoare. Drept urmare lucrările nu au fost aprobate de către Arhivele Naționale, iar banii plătiți au fost practic pierduți. Cele

„**În prezent avem o capacitate de depozitare de peste 17.000 ml, în patru depozite autorizate, în două județe (Brăila și Tulcea).**

„**Intenționăm să creăm un compartiment care să se ocupe de arhivare electronică.**

mai multe instituții confundă prelucrarea arhivistică conform Legii 16 / 1996 cu legătoria și încheie contracte de legătoria, deși în măsurile lăsate de inspectorii Arhivelor Naționale nu este trecută această operațiune. Cele mai multe societăți neautorizate fac legătoria și mai mult încurcă documentele, sau chiar le rătăcesc și de aici apar multe neplăceri.

Casele de insolvență care au nevoie de servicii de arhivare de obicei aleg operatorul pe criteriul prețului cel mai mic. Dar sunt multe cazuri în care au ales un operator serios care îi degrează de obligațiile față de potenți și de celelalte autorități care ar avea nevoie de înscrisuri după radierea societății. Deci le-aș recomanda și acestora să ceară referințe de la colegii care au o colaborare profesională cu un operator.

Suntem un reper european în zona produselor apicole ecologice premium

Interviu cu Cosmin Herța, CEO, Herța Bio Apicole



Când ați decis să deveniți apicultor? Ce făceați înainte de a deschide afacerea?

Povestea mea în apicultură începe în 2011, anul în care am avut primul contact cu albinda și am simțit că acolo este drumul meu. Veneam din domenii tehnice și economice, iar studiile — Liceul de Informatică, Facultatea de Științe Economice, Colegiul de Informatică și Masterul în Management și Marketing — alături de cei 7 ani de-acasă și valorile transmise de părinții mei într-un sat din Mărginime, care m-au ajutat ulterior să construiesc un brand autentic, corect și curat.

Unde sunt amplasate stupinele dumneavoastră?

Stupinele sunt amplasate exclusiv în zone montane și de pădure, în areale cu floră

sălbatică necontaminată, ferite de poluare și de agricultură intensivă. Această localizare ne permite să producem o miere vie, crudă și pură. Suntem certificați ecologic și atestați ca Produs Montan — două garanții reale ale purității și trasabilității.

Aveți o linie tehnologică modernă de îmbuteliere. Ce capacitate de producție aveți și unde vă vindeți produsele?

Deținem o linie tehnologică completă din inox alimentar, certificată ecologic în ansamblu — de la extracție la ambalare. Avem camere controlate termic pentru decristalizarea naturală, fără depășirea temperaturilor admise de standardele ecologice. Nu folosim plastic sau materiale reciclate în contact cu produsul, iar sistemul nostru

este zero waste: dacă un borcan se sparge, mierea este consumată de albine, iar ceara se întoarce în stup — exact ca în natură. De trei ani consecutiv, reprezentăm România la cele mai mari târguri organice din lume:

- BioFach — Nürnberg
 - Anuga — Köln
 - SIAL — Paris
 - Seoul Food & Hotel — Coreea de Sud
- Ne vindem produsele în România, prin magazinul nostru online și la evenimente premium, iar în afara țării ajung prin magazine românești care au puncte de vânzare în străinătate. Nu facem export direct.

Ce tip de miere și produse derivate sunt cele mai solicitate?

Cele mai căutate sunt: mierea de mană, mierea de floră sălbatică, mierea de tei, fagurele, polenul crud, păstura, căpăceala, tincturile cu propolis, extractele apoase și mixurile apicole premium cu ingrediente bio precum cătină, coacăz, ulei de brad, eucalipt sau lămâie. Produsele ajung în afara țării doar prin rețele comerciale românești.

Ce investiții faceți anual în certificările ecologice și în administrarea stupinelor?

Investim constant în certificările Ecocert, în analize complexe de peste 200 de parametri, în echipamente premium din inox și în menținerea stupinelor la standarde ecologice reale: fără antibiotice, fără chimicale și fără hrăniri cu zahăr în sezonul rece. Pentru noi, ecologia este o responsabilitate, nu un argument comercial.

Ați reprezentat România la cele mai mari târguri expoziționale din lume. În ce țări se mai produce miere de calitate foarte bună?

România are una dintre cele mai valoroase mieri din lume datorită florei sălbatice și arealelor montane. Miere excelentă se produce și în Austria, Germania, Grecia sau Noua Zeelandă, dar biodiversitatea Carpaților conferă produselor noastre un caracter unic.

Ce personalități au gustat mierea ecologică produsă de voi?

Mierea Herța Bio Apicole a ajuns la personalități regale, diplomați, actori și figuri publice. A fost apreciată de ASR Principesa Sofia, Christophe Hansen (Comisar European), ambasadorii ai Japoniei și Coreei de Sud, precum și de Maia Morgenstern.

Un moment cu adevărat special a fost acela când mierea noastră a ajuns la Vatican, fiind oferită Papei Francisc de premierul României.

„Mulțumesc Herta Bio, pentru mierea care are într-adevăr gustul copilăriei.” Cât de important este acest feedback pentru voi?

Este cel mai important. Când oamenii simt gustul copilăriei în produsele noastre, înseamnă că mierea este autentică, vie, neprocesată industrial. Acesta este cel mai frumos compliment.

Cine este echipa Herța Bio Apicole?

La început, echipa eram eu — apicultor, tâmplar, electrician, contabil, șofer și om de marketing. Astăzi suntem o echipă unită, formată din oameni care cred în aceeași filozofie: calitate fără compromisuri, corectitudine și respect pentru natură.

Ați câștigat numeroase premii internaționale. Cum vă poziționează acestea pe piață?

Suntem singura companie românească premiată de Comisia Europeană la EU Organic Awards, unde am obținut locul 2 în



Europa la categoria „Best Organic Food Processing SME”.

Prin urmare, la categoria produselor apicole ecologice, Herța Bio Apicole este locul 1 în Europa.

Am câștigat, de asemenea, două medalii de aur la European Organic Festival și trofeul Gustul Ales 2024, pentru cel mai complex produs ecologic din România.

Care sunt produsele principale ale companiei?

Produsele noastre includ:

- miere de mană
- miere de salcâm
- miere de floră sălbatică
- miere de tei
- fagure
- polen crud
- păstură
- căpăceală
- propolis
- tincturi
- extracte apoase
- siropuri cu miere
- mixuri apicole cu lăptișor de matcă, cătină, coacăz, ulei de brad, eucalipt, lămâie

Toate sunt produse ecologice, realizate cu grijă, responsabilitate și respect pentru natură.

Care este viziunea pe termen lung pentru Herța Bio Apicole și către ce direcții de dezvoltare vă îndreptați?

Viziunea noastră este să consolidăm Herța Bio Apicole ca reper european în zona produselor apicole ecologice premium.



Ne dorim să creștem sustenabil, să extindem capacitatea de producție, să dezvoltăm mixuri terapeutice și produse funcționale și să rămânem locul 1 în Europa la categoria produselor apicole ecologice. Pentru noi, succesul înseamnă calitate, reputație și continuitate, nu industrializare.

Care sunt cele mai mari provocări cu care se confruntă un antreprenor din domeniul apicol ecologic în România și cum reușiți să le depășiți?

Cea mai mare provocare este să rămâi corect într-o piață unde prețul dictează adesea calitatea. Ecologia reală are costuri mari — analize, certificări, echipamente din inox, zone curate, zero plastic, zero waste. A doua provocare este concurența neloială și etichetarea înșelătoare.

Noi depășim aceste dificultăți prin **transparență totală și calitate fără compromisuri**. Investim în educarea consumatorilor, în prezența la târguri internaționale și în construirea unui brand respectat. Antreprenorul din apicultura ecologică trebuie să fie apicultor, economist, manager și strateg — doar așa poți rezista pe termen lung într-o piață globală în schimbare.



Artesana este o familie mai mare, nu doar o companie

Interviu cu Alina Donici și Daniel Donici, Fondatorii Artesana



Ați fondat compania în anul 2012. Cu ce obiective ați plecat la drum atunci?

Când am pornit la drum, nu aveam un plan sofisticat sau o strategie cu multe slide-uri. Aveam doar un vis: să facem lactate așa cum le știam din copilărie, simple, curate, cu gust unic. Totul a pornit de la o brânză gustată de Daniel în Spania, într-o mică făbriță artizanală. Ideea de a aduce gustul acela acasă părea inițial o nebunie. Dar reacția oamenilor, mai ales a copiilor care mâncau cu poftă iaurtul nostru încă de la primele loturi, ne-a făcut să înțelegem că această nebunie avea un sens. Obiectivul nostru real a fost mereu același: să facem produse pe care să le dăm cu

inima împăcată propriilor noștri copii. Fără compromisuri. Fără „scurtături industriale”.

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

Valorile Artesana sunt, de fapt, valorile din familiile noastre: respect față de oameni și natură, responsabilitate, autenticitate și curajul de a face mereu ceea ce credem că este corect. E ceea ce noi am învățat de la părinții noștri: „Dă mai departe doar ce ai da propriului copil.” Această frază a devenit, neoficial, motto-ul nostru. Am construit Artesana pe simplitate și onestitate. Folosim doar lapte integral, nestandardizat și neomogenizat, îl

pasteurizăm blând, la temperaturi care nu îi distrug structura, și îl ambalăm exclusiv în sticlă. Nu adăugăm stabilizatori, îngroșători, gume, potențiatori, conservanți sau alte scurtături industriale. Lucrăm în loturi mici, exact ca un atelier, și am refuzat constant orice compromis care ar fi făcut viața mai ușoară, dar produsul mai slab. Pentru noi, „natural” nu e un slogan, ci un mod de a lucra, de a trăi.

Ce patrimoniu (echipamente, oameni, depozite, hale de producție) aveți în prezent?

Astăzi, Artesana înseamnă două fabrici în Tecuci. Prima, construită în 2012, este locul

unde ne-am învățat toate lecțiile grele. A doua este o investiție de peste șase milioane de euro, o fabrică modernă, construită cu un criteriu clar: transparență. Oricine poate vedea cum curge laptele în sticle, cum se ambalează iaurtul, cum lucrează echipele noastre.

Avem mai mult de o sută de oameni în echipă, iar mulți dintre ei sunt membri ai unor familii care lucrează împreună de ani de zile. Ne place să spunem că Artesana este o familie mai mare, nu doar o companie. Iar în centrul acestei familii se află și un om care ne-a fost alături într-un moment critic: Sergiu Muțescu, astăzi CEO-ul companiei. În anii grei, când insolvența părea inevitabilă, Sergiu a avut încredere în noi. Și astăzi îi suntem recunoscători.

Ce produse lactate aveți acum în retail? Care sunt cele mai solicitate?

Artesana este prezentă în retail cu o gamă amplă de produse: iaurturi integrale în sticlă, kefirurile noastre cu fermenți și drojdii de kefir, fermentate lung, până la 12 ore, lapte de vacă proaspăt, sana, iaurt de băut, creme de brânză și brânzeturi artisanale, toate făcute după rețete simple, fără intervenții inutile. Nimic pus, nimic scos din lapte – cum ne place nouă să spunem. Cele mai căutate rămân kefirul, sana și laptele integral neomogenizat, produsele cu care mulți consumatori ne-au descoperit și care fac diferența prin gust și calitate.

Cu ce rețele comerciale din România colaborați? În ce state exportați?

Colaborăm cu aproape toate rețelele moderne de retail și suntem prezenți în peste 2.500 de magazine din țară. În paralel, construim rețele solide de export. Produsele Artesana ajung astăzi în peste 10 țări europene ca Germania, Italia, Spania, Marea Britanie, Belgia, unde sunt apreciate tocmai pentru faptul că sunt unice pe piață.

Ați lansat recent Atelierul Artesana, în cadrul hipermarketului Carrefour Băneasa. Cum a fost primit acesta de clienți?

Atelierul Artesana din Carrefour Băneasa este un spațiu foarte special pentru noi,



pentru că acolo clienții găsesc produse realizate exclusiv pentru acest concept: brânzeturi cremoase cu ierburi, specialități maturate, rețete în ulei de măsline, produse lucrate manual, exact ca într-un mic atelier gastronomic. Reacțiile clienților au depășit orice așteptare. Oamenii ne-au spus că simt imediat diferența, că produsele sunt vii, curate, cu gust autentic, apropiat de ceea ce mâncău în copilărie. Pentru noi, Atelierul este dovada că românii caută calitate și sunt dispuși să o aprecieze.

Pe ce se bazează rețetele tradiționale cu care lucrați?

Rețetele Artesana sunt construite pe ceea ce noi numim „simplitate autentică”.

Folosim doar lapte integral, culturi naturale și procese lente. Laptele nu este omogenizat, nu este standardizat și nu este supus unor tratamente industriale agresive. Brânzeturile noastre nu sunt stoarse mecanic, coagularea este lentă, maturarea este naturală, iar fiecare produs trece prin mâna unui artizan care știe exact cum trebuie să arate și să miroasă un produs bun. Ne place să spunem că natura face deja cea mai mare parte din treabă. Omul trebuie doar să o respecte.

Cu ce fermieri locali aveți parteneriate?

Lucrăm cu fermieri din jurul Tecuciului, oameni pe care îi cunoaștem de peste zece ani, care își cresc animalele și pe pășune și





respectă ritmurile naturii. Sunt ferme mici și medii, gestionate de familii cu care am crescut împreună și care știu că pentru noi calitatea laptelui este esențială. Daniel spune adesea: „Ei au crezut în noi înainte să ne creadă banca.” Și este adevărat. Artesana există și datorită lor.

Participați la o serie de târguri alimentare de anvergură. Cum vă inspiră aceste evenimente?

Târgurile sunt pentru noi un fel de întoarcere la rădăcini. Când am început, mergeam cu o vitrină frigorifică cumpărată în rate și cu multe emoții. Astăzi participăm

la târguri internaționale, unde vedem ce se întâmplă în industria globală. În același timp, ele ne confirmă că bunul-simț culinar, simplitatea și produsele curate sunt apreciate oriunde. Ne inspiră să inovăm, dar să rămânem fideli identității noastre.

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

Peste cinci ani, ne vedem un brand românesc matur, recunoscut la nivel european, cu o prezență solidă în retailul vest-european. Ne dorim să deschidem o a treia fabrică, dedicată brânzeturilor

maturate și specialităților artisanale. Vrem să continuăm dezvoltarea programului „Exploratori ai etichetelor”, prin care copiii învață să citească etichetele și descoperă procesul real de producție a lactatelor artisanale. Credem că educația alimentară-nutrițională începe de la cei mici. În paralel, vrem să extindem parteneriatul nostru de cercetare științifică cu USAMV Cluj-Napoca și profesorul Dan Vodnar. E un program de cercetare care analizează impactul laptelui minim procesat asupra digestibilității și microbiomului. Este pentru noi un pas important către o comunicare științifică riguroasă, care confirmă ceea ce simțeam intuitiv de mulți ani: laptele natural, procesat blând și păstrat în forma lui autentică, este valoros pentru sănătate. Ne vedem tot la Tecuci, tot în fabrică, tot cu oamenii noștri, dar construind un brand care trece granițe. Un brand românesc curajos, crescut cu încăpățânare și validat prin calitate.



Artesana

comunicare@artesana.ro

0236 811 964

www.artesana.ro



MOZART
chocolate
LIQUEUR

ALL NATURAL INGREDIENTS
With Belgian Chocolate

MOZART
chocolate
CREAM

17% vol. e500ml
SAHNELIKÖR CREAM LIQUEUR

Chocolate worth your time.

WWW.MOZART-SPIRITS.COM

Comenzi online: www.finestore.ro

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

Fiecare client crede că problema lui este unică. Și așa și trebuie să fie pentru un avocat

Interviu cu **Vlad-Andrei Novaseliv**, Fondator, Cabinetul de Avocat Novaseliv Vlad-Andrei

Vlad, hai să începem cu o întrebare simplă în aparență: Ce înseamnă pentru tine să fii avocat?

Să fii avocat înseamnă, pentru mine, să ai capacitatea de a te așeza cu adevărat în locul omului care vine la tine. Nu doar să îi ascuți povestea, ci să o înțelegi în profunzime: ce a trăit, ce își imaginează că poate pierde, ce resurse are și, mai ales, ce nu vede încă. Este o profesie în care fiecare client crede — și are dreptate — că problema lui este cea mai importantă. Iar pentru un avocat, așa trebuie să fie. Fiecare speță e o lume. Dacă o tratezi superficial, tinzi să pierzi nu doar cauza, ci și încrederea unui om care, uneori, a început să o piardă în el însuși. Profesia asta m-a învățat ceva esențial: oamenii nu vin la avocat pentru că vor, vin pentru că nu mai găsesc soluții singuri.

IMPOSIBILUL NU E IMPOSIBIL. DOAR CERE MAI MULTĂ MUNCĂ ȘI MAI MULTĂ RĂBDARE

Ai deja o reputație de avocat care găsește soluții acolo unde alții au renunțat. Cum abordezi un caz care pare, la prima vedere, fără ieșire?

Nu cred că există caz fără ieșire. Există doar cazuri încă neînțelese suficient. Când vine cineva la mine și îmi spune: „Nu mai există nicio soluție”, primul lucru pe care îl fac este să reconstruiesc contextul. De multe ori, oamenii se pierd în emoție, iar emoția creează un zgomot care îți ia vizibilitatea. Eu încerc să readuc vizibilitatea asta. Pornesc de la întrebări foarte simple: Ce s-a întâmplat cu adevărat? Ce e relevant juridic? Ce putem controla și ce nu? În drept, controlul e cheia.

Și mai am un principiu personal: imposibilul nu e un obstacol, e un semn că trebuie să lucrezi mai mult.

ÎN SPATELE FIECĂRUI PARAGRAF DINTR-UN CONTRACT SE AFLĂ O FILOSOFIE DESPRE CUM VEZI LUMEA

O parte importantă din activitatea ta este zona corporată și de contracte. Mulți oameni o văd ca pe o zonă tehnică, poate chiar plictisitoare. De ce ți se potrivește?

Pentru că în contracte se ascunde cu adevărat modul în care funcționează o relație profesională. Contractul nu e doar hârtie; este o înțelegere între oameni, o arhitectură a responsabilităților. Când construiesc un contract, nu mă gândesc doar la termeni, ci la echilibru. La ce se poate întâmpla în cel mai bun și în cel mai rău scenariu. La modul în care pot preveni conflicte, nu doar la modul în care acestea se vor rezolva. Contractul perfect e cel pe care nimeni nu îl scoate din sertar ani de zile, pentru că totul funcționează fără tensiuni. Asta înseamnă să fii un avocat bun: să crezi prevenție, nu doar reacție.

ÎN LITIGII, NU CÂȘTIGĂ CEL CARE VORBEȘTE CEL MAI MULT, CI CEL CARE ÎNȚELEGE CEL MAI BINE

Ești prezent și în litigii complexe. Cum se îmbină această zonă cu consultanța?

Litigiile îți oferă un tip de luciditate pe care consultanța singură nu ți-o dă. Când vezi cum conflictele se transformă în litigii,

începi să anticipezi mult mai bine riscurile. Consultanța îți dă claritate; litigiile îți dau realism. Și, sincer, îmi place dinamica din sala de judecată. E un mediu în care trebuie să fii pregătit să reacționezi în câteva secunde, să îți adaptezi strategia în timp real. Dar și aici, oamenii au o percepție greșită: nu câștigă cel care ridică tonul sau vorbește spectaculos, ci cel care înțelege cel mai bine contextul, legea și psihologia momentului.

RĂBDAREA E O FORMĂ DE INTELIGENȚĂ

Ce calitate umană crezi că te ajută cel mai mult în profesie?

Răbdarea. Fără discuție. În profesia asta, oamenii sunt adesea anxioși, presați de timp, uneori chiar speriați. Un avocat care intră în aceeași energie nu mai vede limpede. Răbdarea te ajută să analizezi la rece, să știi când să vorbești și când să taci, când să insiști și când să oferi spațiu. E și o formă de respect, cred. Atunci când ai răbdare cu cineva, îi spui, de fapt: „Ești în regulă. Ai timp. Vom rezolva.”

NU ÎMI PLACE SĂ PIERD. DAR MAI IMPORTANT, NU ÎMI PLACE CA UN CLIENT SĂ SIMTĂ CĂ NU AM FĂCUT TOTUL

Cum gestionezi presiunea? Profesia ta nu e deloc una liniștită.

Presiunea e parte din job. Dar cred că devine mult mai gestionabilă atunci când ești foarte sincer cu oamenii din fața ta. Eu nu promit câștiguri, nu promit rezultate miraculoase. Promit muncă, atât de multă cât e nevoie. Presiunea apare când nu știi exact ce ai de



Există un mit că avocații de succes sunt cei care vorbesc tare, domină discuțiile, intră în forță. Te regăsești în această imagine?

Nu. Și nici nu cred că e o imagine corectă. Un avocat nu trebuie să impresioneze, ci să livreze. Eu cred în ideea de a fi foarte bine pregătit, foarte stăpân pe situație și foarte calm. Agresivitatea e semn de lipsă de control. Eleganța juridică, în schimb, e semn de forță.

NU M-AM APUCAT DE AVOCATURĂ CA SĂ CÂȘTIG CAZURI. M-AM APUCAT CA SĂ CONSTRUIESC ÎNCREDERE

Dacă te-ai întoarce în timp și ți-ai putea vorbi ție însuși la începutul profesiei, ce ți-ai spune?

Să ai răbdare. Să înțelegi că reputația se construiește lent, dar sigur. Și că profesia asta este un maraton, nu un sprint. Mi-aș spune să nu mă compar cu nimeni și să rămân riguros, curios și onest. Restul vine de la sine.

VREAU CA OAMENII SĂ ÎNȚELEAGĂ CĂ ATUNCI CÂND LUCREAZĂ CU MINE, VOR AVEA UN PARTENER REAL, NU DOAR UN PRESTATOR DE SERVICII

În final, cu ce ți-ai dori să rămână oamenii care citesc acest interviu?

Cu ideea că avocatura nu e despre promisiuni. E despre colaborare. Despre încredere. Despre muncă. Când lucrezi cu mine, vreau să știi că ai în fața ta un avocat implicat, integru și foarte atent la detalii. Un profesionist, dar și un om. Un avocat nu îți poate rezolva toate problemele. Dar îți poate da cadrul necesar ca tu să îți recâștigi echilibrul. Pentru mine, asta e esența profesiei.

făcut. Când știi însă că ai lucrat, ai analizat, ai pregătit scenarii multiple, presiunea devine energie, nu frică.

Eu nu plec niciodată dintr-un caz cu gândul „puteam mai bine”. În fiecare etapă încerc să dau maximum. Nu îmi place să pierd, dar ce mă apasă cu adevărat este ideea că un client ar putea simți că nu am făcut totul pentru el. Asta nu vreau să existe.

UNEORI, CEL MAI IMPORTANT LUCRU PE CARE ÎL POȚI FACE PENTRU UN CLIENT ESTE SĂ-I REDAI ECHILIBRUL

O întrebare mai personală: Ce te motivează să continui într-o profesie care consumă atât de mult timp și emoție?

Oamenii. Știu că sună poate prea simplu, dar e real. Îmi place să văd oameni care își

recapătă încrederea, stabilitatea, direcția. Sunt clienți pe care îi întâlnesc în momente de criză: financiară, profesională sau chiar personală.

Apoi îi văd crescând, revenind, prosperând. Și, undeva în povestea lor, știu că am pus și eu o cărămidă. Asta e motivația. Justiția e importantă, legea e importantă, dar impactul real e unul emoțional: liniștea pe care o aduci în viața cuiva.

UN AVOCAT BUN NU ARE NEVOIE SĂ FIE AGRESIV. ARE NEVOIE SĂ FIE PREGĂTIT



0755.807.807 ● avocat.vlad@novaseliv.ro ● novaseliv.ro

Evoluția Insolvențelor în 2025 și instrumente de prevenție a colaborărilor riscante

RETROSPECTIVA ANULUI PRIVIND INSOLVENȚELE

În ultimele 12 luni au fost deschise peste 9700 de dosare de insolvență. Capitala este cea care înregistrează cele mai multe dosare de insolvență, fiind urmată de județe precum Bihor, Cluj, Timiș, Constanța și Vrancea.

De-a lungul întregului an, valul de insolvențe a variat, semnalând că mediul de afaceri românesc trece prin sușuri și coborâșuri.

Analizele realizate de RisCo indică faptul că printre cele mai expuse domenii în deschiderea dosarelor de insolvență întâlnim: lucrări de instalații electrice și tehnico-sanitare și alte lucrări de instalații pentru construcții, lucrări de construcții a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale, transporturi rutiere de mărfuri și servicii de mutare, restaurante, domeniul cultivării plantelor nepermanente, dar și comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate. Analizii RisCo încurajează mediul de business să ia măsuri de protecție, **să verifice fiecare client sau partener de afaceri și să monitorizeze** în mod constant activitatea colaboratorilor. Dinamica pieței, diminuarea veniturilor, majorarea costurilor operaționale, creșterea presiunii tot mai mare a taxelor, a obligațiilor fiscale și a prețului energiei generează probleme în vederea îndeplinirii cu succes a obligațiilor financiare în rândul firmelor din țară.

SITUAȚIA INSOLVENȚELOR ÎN NOIEMBRIE 2025

Finalul anului 2025 indică în continuare creșterea numărului de insolvențe în rândul firmelor din România. Dificultățile și provocările economice duc la înregistrarea fluctuațiilor în ceea ce privește activitatea operatorilor economici în diverse sectoare

de activitate. **Conform platformei de analiză financiară RisCo**, în luna noiembrie 2025, la nivel național au fost deschise peste 980 de dosare de insolvență. Acest lucru sugerează un mediu economic volatil, o piață afectată de schimbările din ultima perioadă și firme care nu reușesc să treacă de anumite etape dificile din punct de vedere financiar.

Dacă analizăm situația insolvențelor aferente lunii noiembrie din anul 2024, vom observa că numărul dosarelor de insolvență depășea puțin peste 670. Comparând perioadele, vedem că în luna noiembrie 2025 avem o **creștere de 46,5%**.

În noiembrie 2025, Capitala a înregistrat 213 dosare de insolvență, în creștere față de 159 dosare în noiembrie 2024, ceea ce reprezintă un salt de 34%. Această creștere constantă arată că firmele din București întâmpină provocări financiare și dificultăți în menținerea unei gestiuni financiare eficiente. Numărul dosarelor deschise privind insolvența firmelor indică faptul că mediul de afaceri din Capitală este tot mai provocator și că firmele trebuie să fie pregătite să-și ajusteze strategiile pentru a rămâne competitive.

Conform platformei RisCo.ro, județul Vaslui se evidențiază în topul creșterilor de insolvențe în noiembrie 2025 cu 32 de dosare de insolvență raportate. Față de doar 2 dosare în noiembrie 2024, această creștere majoră semnalează un climat economic tot mai dificil în regiune, chiar dacă cifra absolută poate părea mică în comparație cu alte județe.

Mai departe, și în Sibiu întâlnim un avans al dosarelor deschise privind insolvența companiilor. Numărul dosarelor de insolvență a crescut de la 7 în noiembrie 2024 la 21 în noiembrie 2025, o majorare de 200%. Acest lucru ne arată o tendință de creștere a dificultăților financiare în județ. În Bihor, în luna noiembrie 2025 s-au deschis

61 de dosare, ceea ce înseamnă o creștere de 126%, iar în Argeș, numărul dosarelor a urcat la 32, cu un avans de 129% față de aceeași lună a anului precedent. Creșteri de 100% se remarcă în Timiș, cu 48 de dosare, în Mehedinți, cu 8 dosare și în Caraș-Severin, cu 6 dosare. Alte județe care înregistrează avansuri semnificative sunt Brăila, Vâlcea și Alba.

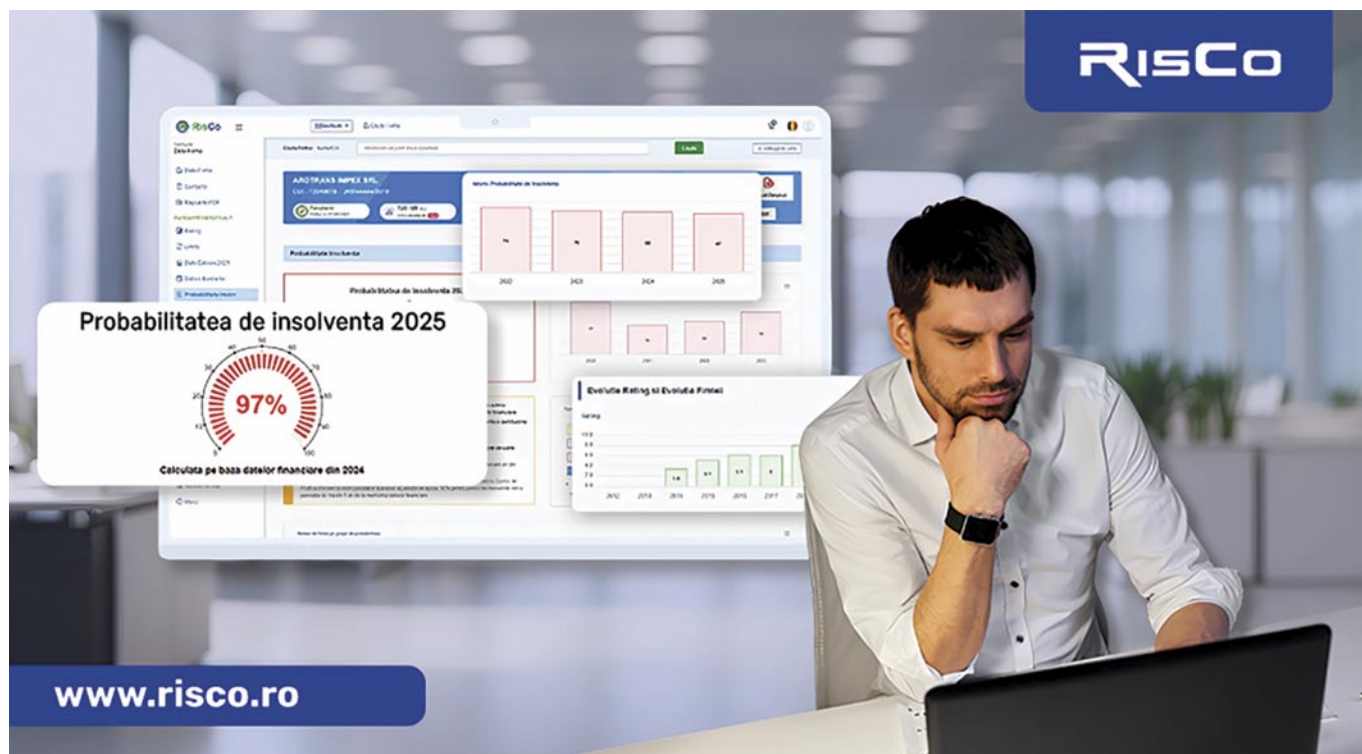
Această evoluție evidențiază că multe județe se confruntă cu tensiuni economice, iar firmele trebuie să acorde o atenție sporită gestionării financiare și monitorizării partenerilor pentru a preveni riscurile și a lua decizii informate.

CONSTRUCȚIILE ȘI RESTAURANTELE: SECTOARELE CU CELE MAI MULTE INSOLVENȚE

Potrivit ultimei analize RisCo, mai multe domenii de activitate resimt presiunea financiară, iar **restaurantele** se numără printre cele mai vulnerabile. **Analiza ultimelor 12 luni** arată o creștere majoră, de 208% a dosarelor de insolvență în acest sector.

De asemenea, lucrările de instalații electrice și tehnico-sanitare, și alte lucrări de instalații pentru **construcții** au înregistrat un avans de aproximativ circa 163%, iar companiile care desfășoară activități legate de **cultivarea plantelor nepermanente** au raportat o creștere de 160%. Alte sectoare cu creșteri importante includ **transporturile rutiere de mărfuri și serviciile de mutare** cu 136%, și lucrările de construcții a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale, cu aproape 94%.

Prin urmare, evoluția insolvențelor indică un fenomen mai amplu, care se manifestă în diverse ramuri economice, nu doar într-un sector izolat. Evoluția subliniază necesitatea unei gestiuni financiare



prudente și monitorizarea atentă a riscurilor, indiferent de domeniul de activitate al firmei.

Pentru a vedea înregistrările privind declanșarea sau derularea procedurilor de insolvență pentru o firmă, analiștii financiari recomandă utilizarea instrumentelor precum **Raportul Buletinul Procedurilor de Insolvență**. Raportul oferă detalii despre procedurile judiciare privind insolvența firmelor și permite angajaților, partenerilor de afaceri, creditorilor sau altor părți interesate să beneficieze de informații privind stadiul procedurilor, eventualele măsuri dispuse de instanță și orice schimbare relevantă în evoluția dosarului de insolvență.

Raportul Buletinul Procedurilor de Insolvență cuprinde detalii ce fac referire la hotărâri ale instanțelor și decizii ale administratorilor judiciari sau lichidatorilor, tabelul creditorilor, planul de reorganizare, precum și alte acte relevante în cadrul procedurii de insolvență. Alături de raportul de risc menționat anterior, alertele privind procesele de insolvență contribuie la identificarea din timp a firmelor aflate în dificultate. Alertele oferă informații privind companiile pentru care s-au efectuat înregistrări noi în rândul proceselor de insolvență din ziua anterioară.

MONITORIZAREA FIRMELOR - O MĂSURĂ DE PROTECȚIE A PARTENERIATELOR PE TERMEN LUNG

În luna noiembrie 2025 au fost monitorizate aproximativ **130.000** de firme prin sistemul automat de monitorizare RisCo. Interesul crescut pentru urmărirea activității firmelor evidențiază nevoia companiilor de a avea informații actualizate și de încredere, dar și că antreprenorii români pun accent pe prevenție și pe gestionarea responsabilă a riscurilor.

„O mare parte din clienții noștri își concentrează atenția pe monitorizarea portofoliului de clienți, cu accent pe urmărirea dosarelor de deschidere a procedurilor de insolvență, mai ales dat fiind faptul că aceștia au întâmpinat provocări în ceea ce privește încasarea unor sume din partea colaboratorilor sau alte situații asemănătoare. Acest comportament exemplifică necesitatea unui astfel de sistem și, totodată, arată faptul că firmele își doresc să aibă alături parteneri de încredere și pe termen lung. Prin monitorizarea activității portofoliului, utilizatorii RisCo reușesc să își gestioneze mai bine relațiile contractuale, să identifice din timp riscurile pe care le pot întâmpina, dar să își

fundamenteze și deciziile pentru creșterea eficienței și siguranței afacerii.” afirmă Daniela Colnicanu, Director Vânzări în cadrul RisCo

Indiferent de natura colaborării cu o firmă, antreprenorii trebuie să aibă în vedere mai multe elemente atunci când iau o decizie care poate schimba direcția și poziția firmei în piață. Monitorizarea firmelor permite identificarea schimbărilor semnificative în rândul portofoliului de clienți. Dacă un client este executat silit, își suspendă activitatea ori înregistrează incidente la plată, inclusiv datorii la bugetul de stat, **sistemul automat de monitorizare trimite notificări și alerte direct pe email.**

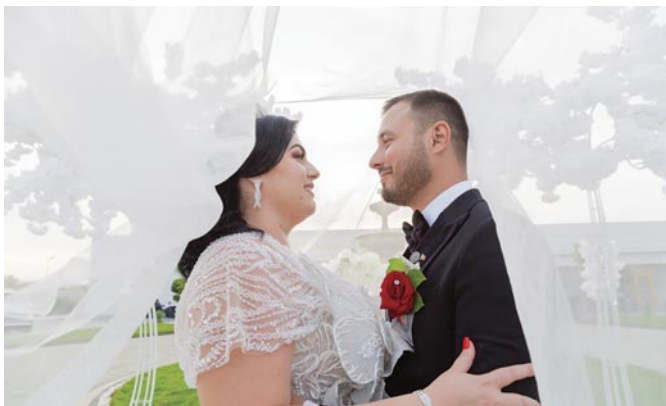
Posibilitatea de a identifica rapid schimbările face diferența în prevenirea pierderilor și în planificarea strategică a activității companiei.

Platforma RisCo vine în ajutorul companiilor, fie mici sau mari, și pune la dispoziția utilizatorilor o serie de instrumente pe care aceștia să le utilizeze în activitatea de zi cu zi. **Rapoartele de risc firme** oferă informații despre situația financiară, juridică și de piață a firmelor din țară, fapt ce oferă o imagine de ansamblu a dimensiunii unei firme - de la poziție în piață, stabilitate financiară și aspecte juridice.

Ioana Gheorghe – arhitecta momentelor impecabile



Cu o experiență de peste 12 ani în organizarea de evenimente personalizate, Ioana Gheorghe este sufletul Perfect Royal Events — un brand cunoscut pentru eleganța și coerența sa vizuală. Abordarea ei este simplă și rară: *vede omul înainte de concept*, ascultă înainte să propună și construiește doar evenimente în care fiecare detaliu are sens. Pentru Ioana, o nuntă nu este un decor. Este o poveste trăită, scrisă în nuanțe, lumini, emoții și echilibru. Iar atunci când cineva are un vis respins de alții, acela este momentul în care ea își începe adevărata muncă: *să transforme dorința în formă*.



ADEVĂRATA ELEGANȚĂ ÎNCEPE CU UN VIS RESPECTAT Roșu. Curaj. Rafinament.

O nuntă care a rescris regulile.

Unele povești nu se planifică, ci se simt.

Așa a început totul, într-o după-amiază de 20 august, când am primit un telefon care avea să transforme o nuntă într-un manifest personal.

O voce tremurată mi-a spus, cu un curaj fragil: „Vreau roșu... dar toți mi-au spus că nu se poate.”

În lumea elegantă a evenimentelor, unele dorințe sunt încă privite ca „prea îndrăznețe”.

Eu cred că îndrăzneala este esența rafinamentului.

Așa că răspunsul meu a fost firesc: „Roșu va fi.”

Doar trei săptămâni. Atât am avut pentru a construi o experiență luxury, în care roșul ei a devenit firul identității întregului eveniment.

- concept complet, rafinat, inspirat de visul ei
- floristică intensă, elegantă, sculptată în nuanțe perfecte
- decor coerent, lumină caldă, accente aurii



„TOTUL A FOST LUXURIANT, acesta este cuvântul. Aveam impresia că sunt la o nuntă de milionari, pregătite cu mare atenție, așezate exemplar, gust delicios, parcă erau pictate toate, le priveam ca pe un tablou!”

Grigore Adina Ioana



- candy bar în echilibru cromatic și cigar bar masculin
- coordonare impecabilă, atenție la ritm, atmosferă, flux
- prezență calmă și suport emoțional pentru o mireasă cu un vis clar

Rezultatul?

O sală care respira lux.

Un decor în care fiecare detaliu era pictat cu intenție.

O experiență demnă de un eveniment high-end.

Când a intrat în sală, nu s-a uitat doar la detalii.

S-a văzut pe ea însăși în ele.

Nu există confirmare mai mare pentru un organizator de evenimente decât această sinceritate pură.

DATE DE CONTACT:

Ioana Gheorghe

Telefon: +40 736 425 287

Website: petreceriperfecte.ro

Facebook: [www.facebook.com/](https://www.facebook.com/PerfectRoyalevents)

PerfectRoyalevents

Reflecții asupra stabilității emoționale într-o lume hiper-digitalizată

**Cristina Anghel, Psiholog Clinician – Psihoterapeut,
Fondator al Metodei terapeutice EU SUNT**

COMPETENȚA EMOȚIONALĂ ESTE COMPETENȚA SECOLULUI XXI.

Într-o lume în care tehnologia poate automatiza aproape orice, singurul lucru care nu poate fi externalizat este procesul prin care omul își reglează propria minte. Trăim într-o epocă în care tehnologia avansează cu o viteză care depășește capacitatea minții de a integra schimbările. Ritmul accelerat, accesul constant la informație, expunerea la stimuli multipli afectează direct:

- atenția,
- capacitatea de auto-reflecție,
- nivelul de stres,
- calitatea deciziilor,
- identitatea personală.

În ultimii ani, am observat în cabinet un fenomen care nu poate fi ignorat: oamenii nu vin la psihoterapie pentru a *vorbi despre probleme*, ci pentru a-și salva direcția, claritatea și stabilitatea mentală într-o lume care se mișcă mai repede decât pot ține pasul.

În vremuri în care inteligența artificială analizează, prezice și optimizează aproape orice proces, paradoxul este acesta: omul nu a fost niciodată mai vulnerabil pe plan emoțional.

Multe dintre dificultățile emoționale, anxietatea, perfecționismul, presiunea, blocajele relaționale, sunt manifestări ale unei rupturi interioare dintre ceea ce suntem, ceea ce credem că ar trebui să fim și ceea ce am învățat să fim pentru a supraviețui.

Ca psihoterapeut, în anii de lucru în domeniul traumelor, al blocajelor emoționale și al identității psihologice, am înțeles un lucru esențial: tehnologia poate automatiza procese, dar nu poate regla mintea care ia deciziile critice.

Azi, inteligența artificială a schimbat regulile jocului. Automatizează ce înainte consuma



timp, optimizează procese, oferă predicții și analize pe care niciun om nu le poate genera în aceeași viteză.

Dar există un efect secundar despre care se vorbește prea puțin:

AI accelerează ritmul lumii, iar mintea noastră rămâne singurul filtru emoțional

care nu poate fi încărcat la fel de repede. Rezultatul?

- supraîncărcare cognitivă,
- decizii impulsive,
- anxietate mascată,
- burnout profesional,
- pierderea direcției personale.

EU SUNT... ȘI APOI, TĂCERE...

La întrebarea „Eu cine sunt?”, cei mai mulți răspund cu:

- roluri: „sunt mamă”, „sunt antreprenor”, „sunt manager”,
- etichete: „sunt anxioasă”, „sunt puternică”, „sunt introvertită”,
- obligații: „sunt ceea ce trebuie să fiu pentru ceilalți”.

Dar acestea nu sunt identități. Sunt funcții, adaptări, supraviețuiri. Adevărata identitate nu începe cu ce faci, ci cu ce ești. Iar aici apare tăcerea. Acea tăcere este spațiul în care începe terapia. Spațiul în care începe reconstrucția. Spațiul în care începe **EU SUNT**.

EPOCA AI ȘI PRĂBUȘIREA IDENTITĂȚII PERSONALE

Algoritmii pot anticipa comportamente, pot analiza emoții, pot genera răspunsuri, pot simula empatia. Dar nu pot răspunde la întrebarea: „Eu cine sunt?”

Și, paradoxal, cu cât AI devine mai sofisticată, cu atât omul devine mai dependent de ea pentru definirea propriei realități.

Astăzi, cei mai mulți își definesc viața prin:

- ce produc,
- ce performanță au,
- câtă vizibilitate generează,
- ce date, opinii sau validări primesc din exterior.

În această ecuație, identitatea devine un produs secundar, o construcție fragilă.

Așa cum avertizează psihoterapeuți celebri ca Irvin Yalom și Gabor Maté, atunci când omul nu se mai poate baza pe propria lume interioară, caută permanent un sens în afara lui, în roluri, în performanță, în zgomotul lumii.

Dar sensul nu se găsește în exterior. Sensul se construiește în interior. Iar interiorul este tot mai puțin explorat.

Acolo, în tăcerea dintre **EU SUNT...** și primul gând care apare, începe

adevărata psihoterapie.

Acolo se naște identitatea. Acolo începe vindecarea.

CUM A APARUT METODA EU SUNT

Metoda terapeutică **EU SUNT** nu s-a născut din teorie, ci din realitatea pe care am întâlnit-o în sute de ore petrecute în cabinet. Indiferent de statut social, venituri sau istoric profesional, toți oamenii au același punct de blocaj: identitatea emoțională fragilă.

De-a lungul timpului, am observat același tipar:

- oameni care performează în exterior, dar se prăbușesc în interior,
- lideri care gestionează companii, dar nu își pot gestiona anxietatea,
- antreprenori care iau decizii pentru zeci de angajați, dar se tem să se uite în propria poveste.

Dacă ar exista o întrebare care ar putea dezvălui nivelul de maturitate și stabilitate emoțională al omului modern, aceasta ar fi una singură: „Eu cine sunt?”

O întrebare simplă, dar imposibil de falsificat.

O întrebare care dezbracă, tulbură, expune.

O întrebare care, în cabinet, produce mai des tăcere decât răspuns.

Acea tăcere nu este un gol lipsit de sens, ci o ruptură. Un simptom.

Un semn că omul din epoca inteligenței artificiale cu toată tehnologia, viteza și conectivitatea lui, a pierdut contactul cu propria identitate emoțională.

Într-o lume în care știm ce se întâmplă în orice colț al planetei în mai puțin de o secundă, devine tot mai greu să știm ce se întâmplă în interiorul nostru.

EU SUNT – UN PROCES TERAPEUTIC PENTRU RECUPERAREA IDENTITĂȚII

Această realitate a stat la baza creării metodei **EU SUNT**: o structură



Multe dintre dificultățile emoționale, anxietatea, perfecționismul, presiunea, blocajele relaționale, sunt manifestări ale unei rupturi interioare dintre ceea ce suntem, ceea ce credem că ar trebui să fim și ceea ce am învățat să fim pentru a supraviețui. Ca psihoterapeut, în anii de lucru în domeniul traumelor, al blocajelor emoționale și al identității psihologice, am înțeles un lucru esențial: tehnologia poate automatiza procese, dar nu poate regla mintea care ia deciziile critice.

terapeutică în șase pași care reconstruiește identitatea emoțională într-o epocă în care aceasta se dezintegrează sub presiunea vitezei și a informației. **Metoda EU SUNT** explorează șase dimensiuni fundamentale ale existenței psihice:

E — Energia

Nivelul de vitalitate interioară. Capacitatea de a fi prezent cu tine însuși.

U — Unicitatea

Resursele originare care te diferențiază, nu prin performanță, ci prin autenticitate.

S — Sensul

Direcția profundă care dă coerență vieții tale, nu obiectivelor tale.

U — Universul interior

Tot ceea ce trăiești în adâncul tău: emoții, credințe, atașamente, răni, impulsuri, nevoi.

N — Noua perspectivă

Reconfigurarea narațiunii personale, reinterpretarea experiențelor, reconstruirea identității.

T — Transformarea

Integrarea unei noi versiuni a Sinelui, una congruentă, clară și stabilă.

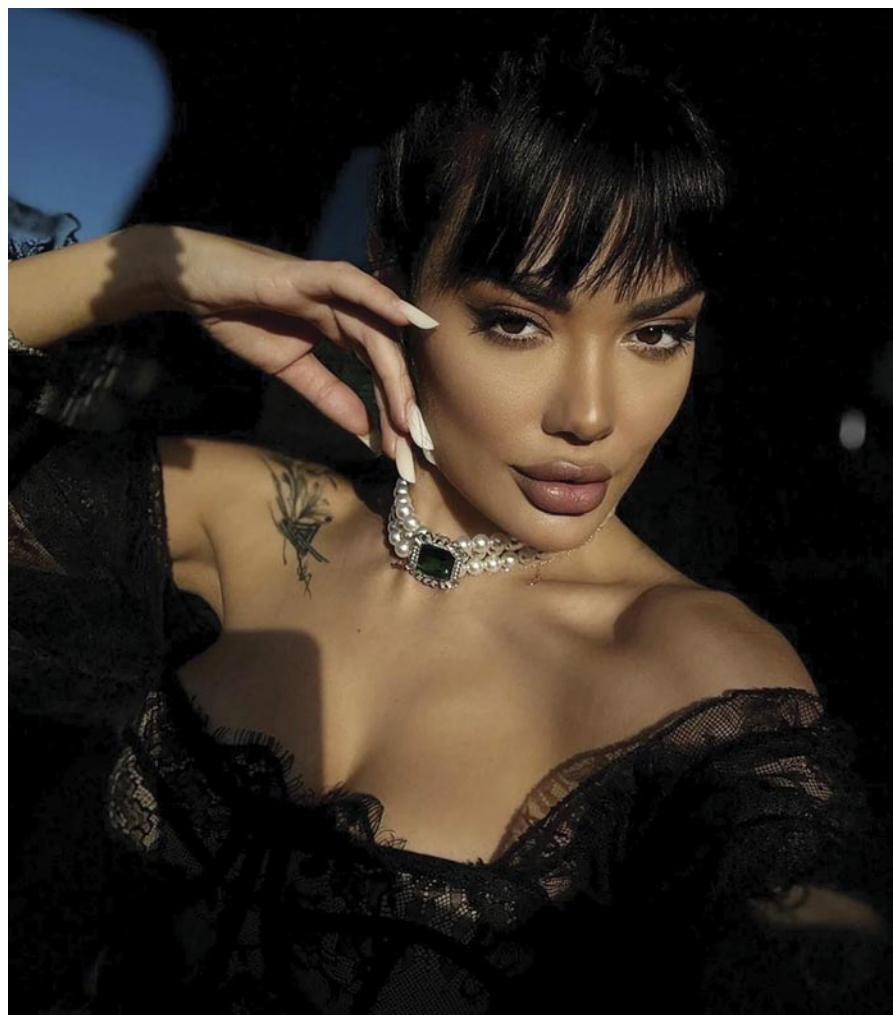
EU SUNT nu este o tehnică în sine, ci un proces. O reconstrucție. Un mod de a readuce omul înapoi la sine, la **EU SUNT**.



Metoda terapeutică **EU SUNT** nu s-a născut din teorie, ci din realitatea pe care am întâlnit-o în sute de ore petrecute în cabinet. Indiferent de statut social, venituri sau istoric profesional, toți oamenii au același punct de blocaj: identitatea emoțională fragilă.

Hairstylingul este mult mai mult decât o meserie — este artă

Interviu cu Olga Barcari, hairstylist



Cum a început povestea ta în lumea hairstyling-ului? Ce te-a atras către această profesie? Pe ce te-ai specializat?

Am început să tund și să mă joc cu părul deja din clasa a VI-a — nu era un plan clar, era dorința de a crea, de a experimenta cu imaginea. La 17 ani am luat o decizie importantă: plec din Republica Moldova, încercam să dau la Conservator pentru muzică, dar m-am angajat — tot din dorința de a face ceva practic. Așa, pas cu pas, am descoperit că hairstylingul era mult mai

mult decât o meserie — era artă.

M-am specializat rapid în tehnici de colorare avansate — balayage, airtouch, shatush, highlights — pentru că eram fascinată de felul în care un păr bine lucrat schimbă complet o persoană, îi dă încredere, o luminează.

Cum ai descrie drumul de la pasiune la profesie? Care a fost momentul când ai simțit că e cu adevărat o carieră?

Drumul n-a fost liniar: am luat totul ca pe o provocare la început — cu muncă, studiu, încercări, greșeli, adaptări. Dar pasiunea și

perseverența m-au ghidat constant. Cred că momentul în care am realizat că nu e doar „o meserie”, ci un business real și o vocație, s-a întâmplat când tot mai multe cliențe îmi cereau nuanțări complicate, când am început să colaborez cu vedete și când am creat o reputație solidă.

Faptul că-am rezistat — lucrând constant, chiar și după ce am venit în România, transformând pasiunea într-un brand personal — mi-a dat clar semnalul că sunt pe drumul corect.

Într-un domeniu atât de competitiv, cum reușești să-ți păstrezi unicitatea și semnătura personală în fiecare lucrare?

Cred cu tărie că ceea ce face diferența e pasiunea, atenția la detalii și respectul față de păr și persoană. Eu nu fac „vopsele în serie” — fiecare lucrare e personalizată: nuanța, textura, starea părului, dorințele și stilul de viață al clienței — toate contează. Pe de altă parte, am continuat să învăț: m-am perfecționat mult, iar clienții știu că la mine vin pentru calitate reală, pentru un blond corect, pentru tehnici moderne și pentru grijă de durată.

Care sunt principiile de bază după care îți ghidezi activitatea profesională?

Sănătatea părului — mai importantă decât rezultatul rapid sau efectul „wow” imediat. Nu sacrific calitatea în favoarea speed-ului. Onestitate și comunicare reală cu clienta: explic ce se poate realiza, ce presupune întreținerea, ce așteptări sunt realiste. Nu promit „blond platinat din primul pas” dacă știu că e imposibil.

Profesionalism: perfecționare continuă, adaptare la trenduri, folosirea unor tehnici actualizate și a produselor de calitate — astfel încât rezultatul să fie nu doar frumos, ci și durabil.

Ce înseamnă pentru tine un salon de succes – dincolo de imaginea estetică?

Un salon de succes nu e doar despre look-uri frumoase. E despre încredere, continuitate, profesionalism și relații reale cu clientele. E un spațiu unde femeile se simt ascultate, respectate, consiliate — nu doar vopsite.

Succesul real vine din mulțumirile clientelor mele, din faptul că revin, că au încredere, că recomandă — asta contează mai mult decât un decor fancy.

Cum îți construiești relația cu clientele tale din mediul de business, care de obicei au un stil de viață foarte dinamic?

Cred că cheia e flexibilitatea și comunicarea onestă. Le ascult nevoile — de multe ori ele își doresc un look impecabil, dar cu întreținere redusă, care să țină pasul cu ritmul lor de viață. Încerc să le ofer soluții adaptate: culori și tunsori care nu necesită întreținere zilnică, tratamente pentru păr sănătos chiar și cu program aglomerat. De asemenea, le consiliesc și le ghidez în rutina de îngrijire acasă — pentru ca rezultatul să reziste și fără să fie la salon tot timpul.

Cum te menții la curent cu tendințele internaționale în hairstyling, fără să pierzi autenticitatea stilului tău?

Învăț continuu — urmăresc marile trenduri, particip la conferințe, masterclass-uri, colaborez cu branduri internaționale de produse și folosesc tehnici de ultimă generație.

Dar, în același timp, aleg ce mă definește: ceea ce rezonază cu mine, cu valorile mele, cu estetica mea. Nu încerc să „copiez” tot ce apare — ci adaptez, personalizez. Asta e semnătura mea.

În ce măsură consideri că un hairstylist este și un antreprenor?

Foarte mult. Eu nu sunt doar cea care vopsește sau coafează — eu gestionez un brand personal, o afacere. Înseamnă să-ți asumi responsabilități: clientela, calitatea serviciilor, imaginea ta, marketingul,

colaborările, formarea continuă, evoluția salonului.

E o combinație între creativitate și strategie, între artă și business — iar asta presupune seriozitate, viziune, plan.

Ce strategii de management și marketing aplici pentru a-ți consolida brandul personal și reputația în industrie? Cum îți organizezi echipa și ce valori promovezi?

Unul dintre pașii importanți a fost colaborarea cu un brand de lux — Sentera — și lansarea proiectului #BARCARITECHNIQUE, prin care ofer training și împărtășesc experiența mea cu alți hairstyliști. Acest lucru mă poziționează și ca trainer, nu doar stilist, și contribuie la construirea unei comunități de profesioniști. Promovez excelența, seriozitatea, etica muncii și respectul față de păr și client. Încerc să construiesc o echipă unde fiecare își aduce contribuția, dar toți împărtășim aceleași principii. Relația cu clienta e prioritară — și asta se reflectă în tot ceea ce facem.

Ai o clientelă formată și din oameni de afaceri. Ce cerințe specifice au aceștia și cum le adaptezi serviciile la stilul lor de viață?

Oamenii de afaceri se bazează pe imagine și profesionalism: au nevoie de un look elegant, sofisticat, ușor de întreținut, care să nu coste timp mult zilnic. Pentru ei aleg culori și tunsori care sunt rafinate dar rezistente, styling simplu, recomand produse pentru întreținere acasă. De asemenea, apreciez discreția — multe cliențe apreciază că ofer un spațiu sigur, în care se simt confortabil și pot avea încredere că rezultatul va fi impecabil, fără să fie expuse inutil.

Cum gestionezi echilibrul dintre creativitate și responsabilitate financiară în afacerea ta?

E o balanță continuă. Fiecare decizie — de la ce tehnică folosesc la ce produse recomand, la prețuri — e gândită astfel încât să ofere calitate maximă, dar și sustenabilitate. Nu exagerez cu promisiuni

— spun clar ce se poate, ce implică întreținerea, ce rezultate sunt realiste. În felul acesta, clienții sunt mulțumiți, iar afacerea rămâne sănătoasă.

Creativitatea nu înseamnă întotdeauna „scump și complicat”; uneori soluția ideală e elegantă, simplă și adaptată.

Care a fost cea mai mare provocare profesională de până acum și ce lecție ai învățat din ea?

Cel mai dificil a fost să transform o pasiune „de moment” într-un business real, stabil și recunoscut — să câștig încrederea clientelor, să mă poziționez pe piață, să fac față concurenței și să mă ridic la standardele pe care mi le impuneam. Am învățat că perseverența, integritatea și dorința de a fi mereu mai bună sunt esențiale — nu există succes true peste noapte, ci construire pas cu pas, prin muncă constantă și seriozitate.

Ce sfaturi oferi tinerilor care vor să transforme pasiunea pentru frumusețe într-un business sustenabil?

Să fie realiști și muncitori. Să înțeleagă că talentul e un început, dar disciplina, formarea continuă și respectul față de meserie sunt ceea ce face diferența. Să nu caute doar „glamourul”, ci să creeze valori: profesionalism, seriozitate, empatie, grijă față de client. Dacă investesc în ei — în tehnică, în educație, în integritate — pot transforma pasiunea într-o afacere reală.

Cum vezi viitorul hairstylingului în următorii ani și locul tău în această evoluție?

Cred că hairstylingul va continua să evolueze, cu tehnici noi, produse tot mai performante, tendințe mai rafinate și personalizate. Dar va rămâne esențială autenticitatea, grija față de păr și respectul pentru client.

Eu îmi doresc să fiu — și să rămân — în avangarda acestei evoluții: să promovez excelența, să educ, să inspir. Proiectele mele (salon, masterclass-uri, colaborări internaționale) sunt parte din viziunea mea pe termen lung.

Dacă nu îți e frică de adevăr, uite 10 motive să îți listezi firma pe bursă

Marius Alexe, antreprenor, investitor pe piața de capital și membru în consiliul de administrație la o serie de companii listate la BVB



În viața unui antreprenor vine un moment în care munca suplimentară nu mai produce creștere. Poți să îți pui patul în hală, să trăiești cu telefonul lipit de mână, să semnezi facturi la 2 dimineața, dar indiferent cât tragi, fără capital, disciplină și vizibilitate rămâi blocat în aceeași ligă în care joci de ani de zile. Creșterea nu vine din cât muncești, ci din cât poți să scalezi. Listarea la Bursa de Valori București nu este un moft sau un artificiu de PR, este un test. Unul brutal, aproape crud, care separă antreprenorii care chiar conduc un business de cei care doar cred că o fac. Dacă firma ta este sănătoasă, listarea o accelerează. Dacă firma ta are probleme, listarea le scoate la suprafață. Și poate tocmai asta e partea care sperie cel mai mult: că acolo, în lumina reflectoarelor, nu mai există loc pentru povești frumoase ambalate, pentru optimism gratuit sau pentru „vedem noi cum scoatem asta din

prezentare”. Pe bursă nu scoți nimic. Pe bursă se vede tot, exact cum este. Dacă vrei să crești cu adevărat, nu doar să spui că vrei să crești, dacă vrei ca firma ta să treacă de la „merge bine” la „suntem un jucător respectat”, și dacă vrei ca peste ani să nu te întrebi de ce ai rămas la același nivel în timp ce alții au avansat, atunci listarea ar trebui să fie o opțiune reală, nu un subiect pe care îl eviți din reflex. Iată, fără pudră și fără menajamente, zece motive pentru care listarea pe BVB schimbă o companie mai mult decât orice alt eveniment din viața ei.

1. ACCES LA CAPITAL FĂRĂ PRESIUNE BANCARĂ ȘI FĂRĂ CONDIȚIILE SUFOCANTE ALE FONDURILOR

Un antreprenor care caută bani pornește de obicei cu banca. Acolo povestea e

simplă: tu vorbești despre potențial, iar ei îți cer garanții pe tot ce ai, inclusiv pe ce nu ai încă. Pentru ei, nu contează cât de bun e planul, ci cât pot lua dacă lucrurile merg prost. Dacă treci de bancă și ajungi la un fond de investiții, lucrurile par mai prietenoase, dar prețul vine sub formă de procente cedate, veto-uri în board, raportări trimestriale sufocante și un calendar de exit care devine mai important decât viața companiei tale.

Pe bursă lucrurile sunt mult mai simple: atragi bani de la investitori care cred în ce construiești. Nu ai dobânzi, nu ai rate, nu ai gaj, nu ai presiune lunară. Poți ridica milioane vânzând o felie mică din companie, păstrând direcția, controlul și independența. Iar dacă piața nu investește în tine, nu piața e problema, ci felul în care arată compania.

2. DISCIPLINA ȘI STRUCTURA CARE ÎȚI TRANSFORMĂ FIRMA DIN HAOS ORDONAT ÎN ORGANIZAȚIE ADEVĂRATĂ

Majoritatea companiilor antreprenoriale funcționează într-o combinație periculoasă de instinct, improvizație și reacție rapidă. Știm cu toții cum arată: rapoarte incomplete, decizii luate la cafea, bugete aproximative, responsabilități fluide, proceduri ținute în capul unui singur om. Merge până nu mai merge.

Când te listezi, lucrurile se schimbă definitiv. Nu mai poți lua decizii doar pentru că „așa simți”. Trebuie să explici acționarilor de ce faci ceva, cum afectează decizia compania, ce impact are pe termen lung. Înveți rapid că nu există investiție fără justificare, nu există plan fără cifre și nu

există schimbare fără argumente reale. Această presiune de a explica, de a raporta și de a fi coerent devine cel mai bun antrenor de management. În câteva luni, firma începe să arate altfel: mai curată, mai structurată, mai disciplinată și infinit mai pregătită pentru creștere.

3. REPUTAȚIE REALĂ, BAZATĂ PE CIFRE, NU PE DIPLOME ȘI AUTOPROCLAMĂRI

România e plină de firme care sunt „lideri de piață”, „cei mai buni”, „cei mai inovatori” sau „cei mai rapizi”. Toți sunt numărul unu în ceva. Bursa taie din start tot acest zgomot. Acolo nu te mai poți declara nimic fără cifre, fără audit, fără raportări trimestriale și fără comparații obiective.

Când ești listat, nu mai spui tu cine ești. O spune piața. O spune modul în care ești evaluat. Și când piața spune că ești bun, nu te mai contestă nimeni. Este singurul tip de reputație care nu se cumpără, nu se inventează și nu se obține la o gală cu diplome din carton plastifiat.

4. VIZIBILITATE CONSTANTĂ ȘI CREDIBILĂ, FĂRĂ SĂ PLĂTEȘTI MILIOANE ÎN MARKETING

Un SRL poate să facă lucruri fenomenale și totuși să nu audă nimeni de el în afara a două-trei cercuri. O companie listată devine automat subiect de interes public. Presa economică te urmărește, investitorii se uită la rezultate, brokerii analizează mișcările, iar orice proiect devine subiect de discuție. Ce e fascinant este că această vizibilitate nu trebuie cumpărată. Vine automat și este mai credibilă decât orice campanie plătită. O știre că „o companie listată a investit x milioane în extindere” valorează mai mult decât orice banner, pentru că vine cu o validare implicită: dacă ești listat, înseamnă că ești serios.

5. POȚI ATRAGE ȘI PĂSTRA OAMENI BUNI OFERINDU-LE ACȚIUNI, NU DOAR SALARII

Salariile mari nu mai impresionează pe nimeni, mai ales în industriile în care concurența este intensă. Beneficiile

standard sunt un bonus frumos, dar nu schimbă cu adevărat un destin profesional. Acțiunile însă schimbă totul. Când oferi Stock Option Plans, le oferi oamenilor ocazia să participe la succesul companiei, nu doar să îl observe.

Când un angajat devine acționar, nivelul lui de implicare se schimbă instant. Nu mai lucrează pentru o firmă, lucrează pentru valoarea propriilor acțiuni. Devine partener, nu executant. Pentru firmă este un cost mic și un avantaj uriaș, iar fiscal este unul dintre cele mai eficiente instrumente de motivare.

6. O EVALUARE CORECTĂ, FĂCUTĂ DE PIAȚĂ, NU DIN ENTUZIASM ȘI IMPRESII

În firmele nelistate, evaluările sunt adesea exerciții de imaginație. Fondatorul crede că firma valorează mai mult, investitorii cred că valorează mai puțin, iar adevărul e undeva între. Nimeni nu are un reper real. La bursă, valoarea companiei este stabilită de piață. Obiectiv, transparent, public. Poate fi incomod uneori, dar este cel mai sincer feedback pe care îl vei primi vreodată. Și, important, este feedbackul pe care îl iau în calcul toți: investitori, clienți, furnizori, parteneri mari.

7. AI O PUTERE DE NEGOCIERE PE CARE UN SRL NU O VA AVEA NICIODATĂ

Când ești SRL, furnizorii te văd ca pe un client mic, băncile îți dau condiții mai dure, clienții mari te privesc cu precauție. Când ești listat, lucrurile se schimbă instant. Ai istoric, audit, guvernare, predictibilitate. Furnizorii îți oferă termene mai bune, băncile îți reduc riscul perceput, iar clienții mari au curaj să semneze contracte serioase cu tine. În plus, investițiile instituționale – fondurile de pensii, de exemplu – nu pot investi în firme nelistate. Listarea te introduce într-o ligă în care accesul la capital mare devine posibil.

8. POȚI FACE ACHIZIȚII FOLOSIND ACȚIUNI, NU DOAR CASH

Creșterea prin achiziții este visul oricărui antreprenor, dar în practică este blocată de

fiscalitate, de cashflow și de riscuri. O companie nelistată poate cumpăra doar cu bani. O companie listată poate cumpăra cu acțiuni, singure sau combinate cu cash. Exact așa cresc companiile mari, iar listarea îți pune la dispoziție aceeași unealtă.

9. POȚI MONETIZA O PARTE DIN SUCCES FĂRĂ SĂ PIERZI CONTROLUL

Într-un SRL, dacă vrei să scoți bani, trebuie să vinzi pachetul de control. Nimeni nu cumpără 5% dintr-o firmă nelistată, pentru că nu are ce să facă cu ele.

La bursă, un antreprenor poate vinde o parte mică din acțiuni la o evaluare clară și stabilită de piață, poate încasa bani serioși și poate rămâne în continuare la cârma companiei. Este una dintre puținele modalități prin care poți transforma o parte din munca ta într-un câștig real, fără să renunți la firmă, fără negocieri umiltoare și fără presiunea unui exit total.

10. CREEZI O COMPANIE CARE POATE EXISTA FĂRĂ TINE

Multe firme antreprenoriale sunt, de fapt, fondatorul cu câțiva oameni în jur. Dacă mâine dispăre fondatorul, firma se oprește. O companie listată nu mai depinde de o singură persoană. Are procese, echipă, capital și guvernare. Poate continua, poate crește, poate să nu te mai țină legat de ea în fiecare minut al vieții tale. Este testul suprem că ai construit nu doar o afacere, ci o organizație.

DE CE SĂ TE LISTEZI LA BVV

Pentru că aici e piața ta, aici sunt clienții tăi, aici ai crescut și tot aici sunt și oportunitățile tale. România are nevoie de companii antreprenoriale vizibile, solide și profesioniste. Nu mai merge cu firme care se ascund după „nu e momentul”, „nu avem timp de listare” sau „poate la anul”. Adevărul e simplu: antreprenorii mari se listează, antreprenorii mici caută scuze. Dacă vrei să crești, să scalezi, să ai acces la capital și să fii luat în serios, atunci intrarea în lumină este inevitabilă. Și lumina reflectoarelor de pe BVV te arată exact așa cum ești, nu cum ai vrea să pari.

Gala Balkan – O punte culturală între România și Turcia

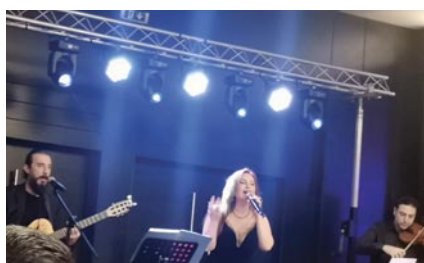
În luna noiembrie 2025, Bucureștiul a găzduit Gala Balkan, un eveniment ce a reunit parteneri români și turci într-un cadru festiv, dedicat celebrării cooperării culturale și profesionale dintre cele două țări. Atmosfera elegantă și deschiderea participanților au transformat gala într-un moment memorabil pentru toți cei prezenți. În calitate de coorganizator, Prezidențial Club ABC, prin Domnul Președinte Răsvan Toader, a avut privilegiul de a contribui la conturarea unui eveniment care a depășit formalitățile obișnuite, devenind un prilej autentic de dialog, schimb de idei și recunoaștere a meritelor celor implicați în proiectele bilaterale. Prezența partenerilor din Turcia a conferit galei o dimensiune internațională aparte, subliniind importanța colaborării între statele din spațiul balcanic. Seara a debutat cu o serie de discursuri susținute de reprezentanți ai ambelor țări, care au evidențiat valorile comune, proiectele derulate împreună și dorința de a consolida legăturile culturale și instituționale.

Fiecare intervenție a reflectat respectul reciproc și angajamentul pentru parteneriat pe termen lung.



Unul dintre cele mai apreciate momente ale evenimentului a fost ceremonia de premiere, prin care au fost recunoscute persoanele și organizațiile ce au contribuit în mod semnificativ la dezvoltarea relațiilor româno-turce. Distincțiile acordate au adus în prim-plan nu doar realizările profesionale, ci și poveștile umane din spatele colaborărilor de succes.

Gala Balkan s-a încheiat într-o atmosferă caldă și optimistă, lăsând impresia unui eveniment care, dincolo de eleganța sa, a consolidat o punte durabilă între două culturi apropiate. Participarea partenerilor străini și implicarea noastră directă în organizare au făcut ca ediția de anul acesta să fie una de referință, deschizând drumuri noi pentru proiecte viitoare.



Prezidențial Club ABC – o prezență activă pe scena internațională

Într-un context global în continuă schimbare, în care schimbul de idei și colaborarea internațională devin tot mai importante, membrii Prezidențial Club ABC au demonstrat încă o dată că performanța, deschiderea și profesionalismul reprezintă repere fundamentale ale organizației. În lunile noiembrie și decembrie 2025, membrii Prezidențial Club ABC împreună cu președintele Răsvan Toader au participat la o serie de evenimente internaționale de prestigiu, consolidând vizibilitatea clubului nostru de business și contribuind la promovarea valorilor care ne definesc. Primul dintre aceste evenimente, desfășurat la Paris, a reunit profesioniști și lideri din Franța și România. Participarea delegației Clubului ABC a oferit oportunitatea de a prezenta proiectele recente, dar și de a stabili conexiuni cu parteneri din alte state. Prezentările susținute au fost apreciate pentru claritate, inovație și relevanță, întărind poziția clubului ca actor responsabil și implicat.

SCHIMB DE EXPERIENȚĂ ȘI DIALOG INTERNAȚIONAL

Un alt moment important a fost prezența la discuții în cadrul Ambasadei Albaniei, discuții privind cooperarea și implicarea României în proiecte de dezvoltare în Albania.

Unul dintre cele mai influente forumuri dedicate Ucrainei organizat în cadrul Camerei de Comerț și Industrie a României (CCIR) a avut ca scop prezentarea planurilor Uniunii Europene pentru reconstrucția Ucrainei. Membrii Prezidențial Club ABC au luat parte la discuții tematice, workshopuri și mese rotunde, aducând în atenție perspective noi și soluții aplicate la provocările actuale. Dialogul cu experți internaționali a deschis noi direcții de colaborare și a generat idei



pentru proiecte comune ce urmează să fie dezvoltate în perioada următoare.

Rezultate și impact

Participarea la aceste evenimente nu s-a rezumat doar la schimb de opinii și la reprezentarea Clubului. Membrii Prezidențial Club ABC s-au întors acasă cu un bagaj valoros de cunoștințe, contacte și inspirație.

Experiența acumulată va alimenta dezvoltarea unor programe educative, inițiative comunitare și parteneriate internaționale care vor completa misiunea clubului de a promova excelența și implicarea civică.

O COMUNITATE ÎN CONTINUĂ EVOLUȚIE

Pentru Prezidențial Club ABC participarea la evenimente internaționale reprezintă nu doar o oportunitate, ci o responsabilitate. Dorința de a învăța, de a împărtăși și de a construi punți între comunități transformă aceste participări în adevărate investiții în viitor.

Membrii Prezidențial Club ABC rămân angajați în consolidarea unei rețele globale de idei și inițiative, menită să susțină progresul și cooperarea în beneficiul fiecărui partener.

Inovație, securitate și transformare digitală: România pe harta parteneriatelor strategice NATO și IBM



transatlantică. Prezențial Club ABC a fost participant activ la evenimentul organizat la Palatul Parlamentului.

PARTENERIATUL CU IBM: TEHNOLOGIA CARE TRANSFORMĂ ECOSISTEME

IBM, unul dintre liderii globali în tehnologii emergente, își extinde colaborările cu mediul public și privat din România. Participarea Prezențial Club ABC la aceste evenimente naționale subliniază interesul tot mai intens pentru dezvoltarea unor soluții axate pe:

- **Inteligență artificială** aplicată în administrație și business;
- **Cloud hibrid** pentru digitalizarea infrastructurilor critice;
- **Securitate cibernetică avansată**, în complementaritate cu strategiile NATO;
- **Automation & Data Governance** pentru creșterea eficienței în companii.

Aceste direcții creează o platformă solidă pentru accelerarea transformării digitale și atragerea investițiilor în România. Companiile locale devin actori centrali în aceste parteneriate. Prin participarea la conferințe, târguri de inovație, întâlniri B2B și programe de training, ecosistemul de afaceri din România demonstrează maturitate și interes crescut pentru integrarea celor mai noi tehnologii.

Totodată, colaborările cu NATO și IBM creează oportunități pentru startupuri, IMM-uri și corporații românești de a accesa programe internaționale de accelerare, finanțare și instruire.

Parteneriatele strategice dintre România, NATO și IBM reprezintă un vector esențial de dezvoltare pentru următorul deceniu. Prin consolidarea acestor relații și prin valorificarea inovației digitale, România își afirmă poziția ca actor relevant pe scena europeană și globală, pregătit să răspundă provocărilor viitorului.

UN NOU VAL DE COLABORĂRI TEHNOLOGICE ȘI GEOPOLITICE CONSOLIDEAZĂ POZIȚIA ROMÂNIEI ÎN ECOSISTEMUL EURO-ATLANTIC ȘI ÎN INDUSTRIA GLOBALĂ A INOVAȚIEI.

România continuă să își întărească rolul în zona de securitate, tehnologie și inovare printr-o serie de evenimente naționale care aduc în prim-plan parteneriate strategice cu organizații majore precum NATO și companii globale de top precum IBM.

Aceste colaborări creează premisele unei dezvoltări accelerate în domenii critice – de la securitate cibernetică și infrastructuri digitale până la integrarea inteligenței artificiale în sectoarele public și privat.

CONSOLIDAREA RELAȚIILOR CU NATO ÎN ERA SECURITĂȚII DIGITALE

Într-un context geopolitic în continuă schimbare, România devine un punct de referință în cooperarea regională și

Prezidențial Club ABC și Fundația pentru o Românie Modernă au fost recunoscute pentru excelență la Gala Club Antreprenor

Într-un context economic marcat de transformări rapide, leadership-ul vizionar și capacitatea de a construi ecosisteme solide de afaceri devin criterii esențiale pentru succesul pe termen lung.

În acest spirit, Gala Club Antreprenor organizată în 20 noiembrie 2025 la Palatul Camerei de Comerț și Industrie a Municipiului București (CCIB) a adus împreună lideri de business, fondatori și inovatori, pentru a celebra performanța și contribuția lor la dezvoltarea mediului antreprenorial din România.

Printre organizațiile care s-au remarcat în mod deosebit se numără **Prezidențial Club ABC** și **Fundația pentru o Românie Modernă**, distinse pentru implicarea constantă în susținerea antreprenorilor și în consolidarea unui climat de afaceri orientat spre colaborare, educație și dezvoltare sustenabilă.

Premiile acordate **Prezidențial Club ABC** și **Fundația pentru o Românie Modernă** reprezintă o confirmare a eforturilor depuse în ultimii ani pentru crearea unui hub dedicat antreprenorilor care caută inspirație, resurse, know-how și conexiuni strategice. Cele două organizații care merg umăr la umăr s-au confirmat ca fiind un catalizator al schimbării, reunind profesioniști din domenii variate și generând un cadru favorabil parteneriatelor durabile.

În cadrul galei, membrii **Prezidențial Club ABC** și **Fundația pentru o Românie Modernă** au subliniat importanța colaborării dintre mediul asociativ și cel instituțional, evidențiind faptul că succesul unui ecosistem antreprenorial nu poate fi obținut fără dialog, transparență și susținere reciprocă.

Distincția acordată de revista Club



Camelia Guță, Reprezentant al Fundației pentru o Românie Modernă



Laurențiu Avram, Reprezentant al Prezidențial Club ABC

Antreprenor nu este doar o recunoaștere a rezultatelor obținute până acum, ci și o motivație pentru continuarea proiectelor care sprijină antreprenorii locali.

Prezidențial Club ABC și Fundația pentru

o Românie Modernă își propun să accelereze dezvoltarea comunității sale, să extindă programele educaționale și să contribuie activ la formarea unei noi generații de lideri.

Cea mai Autentică Gală Caritabilă de Crăciun – Magia care a adus lumină comunității



Pe 10 decembrie 2025, la Hotel Capitol din București, comunitatea s-a reunit la Cea mai Autentică Gală Caritabilă de Crăciun, un eveniment construit din inimă și dedicat sprijinirii a 300 de copii, mame singure și bunici din Valea Plopului, beneficiari ai

campaniei „Magie de Crăciun”, ediția a IV-a. Gala a fost organizată de Diana Pîrje, psiholog clinician, moderator TV, care a oferit sensibilitate și emoție întregii serii, și Asociația Lift for Better, condusă de Alina Boancă.

O SEARĂ DEDICATĂ CELOR CARE AU AVUT NEVOIE DE LUMINĂ

Gala a avut un obiectiv profund: strângerea de fonduri pentru 300 de copii nevoiași, mame singure și bunici din Valea Plopului, care au primit pachete de Crăciun pregătite cu grijă în cadrul campaniei „Magie de Crăciun”, ediția a IV-a.

Evenimentul a avut ca scop sprijinirea comunităților vulnerabile, oferind „lumină” acolo unde întunericul a pus stăpânire prea mult timp — oameni uitați, suflete care merită o șansă la normalitate și speranță.

SPEAKERI & INVITAȚI SPECIALI

Gala i-a reunit pe unii dintre cei mai implicați oameni ai comunității:

- **Marius Todos** – Președinte European Business Leaders
- **Crina Diculcescu** – Fondator Dynamic Business Connections



- **Magda Băcanu** – Antreprenor & promotor al feminității
- **Larisa Tănase** – Expert PMU & Laser, fondatoarea conceptului „Sprâncene Fericite” și a Academiei Simetric, unde a format peste 1.000 de specialiști
- **Andreea Popa** – Consultant Wellness
- **Alina Niculescu** – Miss Peace 2026

MOMENTE ARTISTICE ȘI EXPERIENȚE VIZUALE

Programul serii a inclus momente artistice autentice și intervenții special pregătite pentru public:

- Interpretări live ale cantautorului **Paul Gheorghe**, artist și creator
- Colinde românești susținute inclusiv de grupul de copii de la **Centrul Social Ferentari**
- Prezentarea de modă „Dreams Christmas” by **Beatrice Lianda Dinu**
- Expoziție de artă – **Alina Boanca Art**
- Expoziție de carte - **Diana Pîrje** (Jurnalul Femeii Fericite & Aripa de Femeinitate)
- Un moment special oferit de **Maria Clara Postelnicu**, tână artistă cu voce versatilă, semifinalistă „Români au talent” 2023, Ambasador Forbes Kids România, prezentatoare la Radio



Național FM și participantă la Summitul Europei Centrale organizat de TikTok în 2024

- Poezii de **Alina Niculescu**, Miss Peace 2026
- Evenimentul a fost susținut de sponsorii oficiali:** Oriflame România, Domeniul Drăgași, Restaurant Mon Paris, Hotel Capitol, Hanul Brâncovenesc, Herbalife, Eva Cakes, Apa Kangen, Cash Traveler, Ingrid's Club și Ana Dance Studio, Lpg Car, Alina Boanca Art, Victoria Usatiuk Beauty, care au contribuit la succesul și amplasarea galei.

O SEARĂ PENTRU COMUNITATE, CU IMPACT REAL

Programul serii a inclus discursuri motivaționale și intervenții ale unor personalități implicate, unite într-un efort comun de strângere de fonduri pentru campania anuală „Magie de Crăciun”. Gala a reprezentat un puternic moment de incluziune socială, marcând prezența copiilor din centru, care au încântat participanții cu colindele lor.



România are nevoie de antreprenori care să construiască nu doar business-uri, ci adevărate «simfonii» care să dureze generații

Interviu cu Rodin Moldovan, Violoncelist

Care compozitori vă sunt mai apropiați? Și care sunt operele muzicale preferate?

Excelentă întrebare, mă prindeți exact în punctul sensibil!

Compozitorii care-mi sunt cei mai aproape sunt Enescu și Porumbescu – îi ascult de când eram mic, tata avea niște discuri de vinil pe care le puneam la pick-up până se zgâria. Enescu pentru că e geniu absolut și pentru că simt că în muzica lui este concentrată toată melancolia și forța poporului român.

Rapsodiile românești (mai ales prima) îmi dau fiori de fiecare dată, indiferent câte ori le-am asculta. Și apoi Doina lui – parcă te oprește timpul în loc.

Porumbescu – Balada pentru vioară și orchestră. Plâng de fiecare dată, nu glumesc. E ca un dor pe care nu ți-l explici, dar îl simți în oase.

Din zona clasică universală: Richard Strauss... aș asculta fără pauză. Rachmaninoff (Concertul 2 de pian e pentru mine „terapie” când am deadline-uri grele) și Șostakovici – simfonia a 5-a și cvartetele de coarde târzii. Sunt mulți, ar trebui să stăm până mâine să scriem. Era să uit, compozitorul sufletului meu, momentan... contemporan cu mine, și sunt onorat să fiu contemporan cu el, Andrei Tudor. Genial! Excepțional!

Cu ce orchestre colaborați?

Sunt multe, în ultima perioadă cu Orchestra Simfonică din Hamburg iar din România, cu orchestra mea de suflet - Orchestra Simfonică București -, cu care colaborez ori de câte ori sunt în Capitală. Îmi este ca și o familie muzicală.

Ați fost recent la București, unde ați susținut mai multe concerte. Cum apreciați viața muzicală din România?

Viața muzicală din România este vie, pasională și incredibil de caldă. Publicul român ascultă cu totul altfel: nu doar cu urechile, ascultă cu sufletul. La Ateneu și la Sala Radio lumea plânge, râde, aplaudă în mijlocul frazei când



simte că nu mai poate să se abțină... asta nu vezi în multe săli din Europa. Despre Festivalul George Enescu, numai cuvinte de laudă!

Ce program de lucru aveți?

Dat fiind că sunt solo cellist în orchestra mea, eu cânt cam 6 luni pe an, iar programul este de la 09,30 la 15,30, de marți până duminică. În rest, îmi place să mă plimb cu mașina. Sunt pasionat de mașini, de fotbal, ador echipa orașului meu, RB LEIPZIG. Ori de câte ori timpul îmi permite, sunt alături de ei pe stadion, iar din fața micului ecran nu lipsesc niciodată... poate doar dacă am concert.

Ce le recomandați tinerilor studenți la Conservatorul din România care doresc să devină violonceliști?

Violoncelul românesc are un «dor» pe care nu-l înveți din metode franțuzești sau rusești. Ascultați Balada lui Porumbescu în transcripția pentru violoncel și pian și o să înțelegeți de ce plânge lumea la concursuri când o cântă un român. Cântați muzică de cameră cât mai mult și cât mai devreme.

La noi, triourile, cvartetele și cvintetele sunt încă «religie». Intrați în orice formație vă primește, chiar și la 18-19 ani. Acolo crește muzicianul adevărat, nu doar în fața juriului. Și ultimul, poate cel mai important: nu plecați din țară imediat după absolvire.

Rămâneți măcar 3-4 ani să cântați cu orchestrele și ansamblurile de aici. Publicul român vă crește sufletul mai mult decât orice contract gras din Germania sau Elveția în prima fază. După aia plecați dacă vreți, dar cu rădăcinile bine prinse.

Și să nu uitați niciodată: violoncelul românesc nu se cântă doar cu arcușul, se cântă cu dorul. Dacă aveți dor, o să vă iasă totul.

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

Dragi prieteni ai publicației Club Antreprenor. Dacă aș avea voie să las doar un singur gând pentru voi toți – vi l-aș spune așa: Faceți exact ce face un violoncelist mare pe scenă: cântați cu dor, cu suflet și cu o tehnică fără cusur. Dorul e viziunea voastră nebună, sufletul e echipa pe care o creșteți ca pe o familie, iar tehnica fără cusur e execuția impecabilă, atenția la detalii, securitatea, scalabilitatea, profitabilitatea.

România are nevoie de antreprenori care să construiască nu doar business-uri, ci adevărate «simfonii» care să dureze generații. Și credeți-mă: publicul (adică România) știe să aplaude la scenă deschisă când simte că e ceva făcut cu adevărat din inimă.

Așa că continuați să visați mare, să lucrați până la epuizare, să vă ridicați după fiecare cădere și să nu uitați niciodată de unde ați plecat.

Pentru că, la final, cele mai frumoase aplauze vin tot acasă.

Vă mulțumesc că existați și că faceți țara asta să sune mai bine în fiecare zi.

Cu tot respectul și cu mult drag, un violoncelist care aplaudă antreprenorii români de fiecare dată când aude o poveste de succes made in România.

Mai multe servicii,
mai aproape de tine



75 de
clinici
32 de
orașe

Servicii medicale:

Consultații de specialitate

Investigații imagistice: CT, RMN, PET-CT,
Scintigrafie, Mamografie, ECO, DEXA, RX

Analize de laborator

Servicii integrate Cancer -
inclusiv Radioterapie și Chimioterapie

Chirurgie

Spitalizare

Recuperare Medicală: fizio și kinetoterapie

Navigator de pacienți

Programează-te
acum:

021.9338

affidea.ro

Partenerul Dvs Tehnologic Servicii și soluții

Consultanță, Integrare, Soluții și Servicii IT

Aplicații și servicii de infrastructură, platformă IoT, serviciu PaaS,
securitate cibernetică, soluție de încredere, SOC 24/7

EASYDO este un grup tehnologic cu echipe de experți care oferă soluții digitale, servicii IT și platforme operaționale în Europa și nu numai. Accelerăm transformarea digitală a părților interesate din sectorul privat și public, le consolidăm securitatea cibernetică și le optimizăm operațiunile - cu un impact rapid și măsurabil.

Un Ecosistem Tehnologic Integrat Puterea Tehnologiilor Integrate

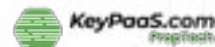
EASYDO.co : Servicii tehnologice și de inginerie
Servicii de externalizare IT:
Managementul aplicațiilor și al infrastructurii

S&T snt.md : Proiectare, dezvoltare și integrare de sisteme

KeyPaaS.com : pentru energie, managementul facilităților
și infrastructură critică

KeyRak.com : Servicii de securitate cibernetică

H24M.com : Soluții digitale pentru managementul patrimoniului



Sedii

EASYDO Romania

Bucuresti :
Str. DOAMNEI, nr.14-16, Sector 3, 030167, Bucharest, Romania
Arges Office:
Negru Voda nr. 43, Pitesti, 110069, Romania

S&T Mold

Strada Calea Ieșilor 8, Chișinău, Moldova

Contactati-ne

sales@easydo.co
<https://easydo.co>
<https://keypas.com>
<https://h24m.com>
<https://konnexr.com>