



Nr. 29, aprilie 2026

clubantreprenor.ro

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



Interviu cu

David Coyne

CEO și Fondator, EASYDO Group

AJUTĂM ORGANIZAȚIILE SĂ DEVINĂ MAI EFICIENTE



**ALIMENTEAZĂ
CU UN CARBURANT
DE CALITATE.**



Evenimente marca CCIB, dedicate comunității de afaceri

În data de 14 aprilie 2026 a avut loc Adunarea Generală a Membrilor Camerei de Comerț și Industrie a Municipiului București (CCIB). Pe ordinea de zi a adunării s-au aflat atât probleme organizatorice, cât și probleme de natură strategică. În prima parte a evenimentului a fost dezbătut Raportul privind evoluția comerțului, industriei, serviciilor și a altor activități din municipiul București în anul 2025, a fost dezbătut și aprobat Raportul Colegiului de Conducere privind activitatea CCIB în perioada aprilie 2025 - martie 2026, au fost aprobate: deciziile adoptate de Colegiul de Conducere de la precedenta adunare generală și până în prezent, obiectivele CCIB pentru următorul an, execuția bugetară aferentă anului 2025 și proiectul bugetului pentru anul 2026, Raportul de verificare al Auditorului pentru anul precedent, Raportul de activitate al Curții de Arbitraj București și cel al Fundației Fondul Carol I aferente perioadei scurse de la precedenta adunare generală. Potrivit Raportului privind activitatea CCIB, prezentat de Iuliu Stocklosa, președintele Camerei București, în perioada analizată au fost foarte bine primite de comunitatea de afaceri a Capitalei evenimentele din seria „Ziua oportunităților de afaceri”, care oferă oamenilor de afaceri posibilitatea de a se întâlni într-un cadru structurat cu factori decizionali și renumiți specialiști în comerț exterior, precum și cu ambasadori, atașați economici și reprezentanți ai mediului de afaceri din țările partenere, și „Business Breakfast la Palatul CCIB”, în cadrul căreia participanții au ocazia de a intra într-un dialog mai puțin convențional, dar eficient cu reprezentanți ai Legislativului și Executivului, cu specialiști și consultanți de top, pe teme economice de interes. „Într-un context geopolitic și economic în continuă reconfigurare, CCIB și-a consolidat rolul de principal vector instituțional al internaționalizării mediului de afaceri din Capitală, prin organizarea de evenimente care au acoperit patru continente, peste



douăzeci de țări și zeci de parteneri instituționali noi”, a subliniat **președintele CCIB, Iuliu Stocklosa**.

Astfel, după succesul înregistrat la finalul anului trecut de misiunea economică Romania Business Days în SUA, Barbados, Saint Vincent și Grenadine și Cuba, în perioada 21-29 aprilie a.c. CCIB va organiza un nou eveniment dedicat internaționalizării afacerilor companiilor românești pe piețe cu potențial, de data aceasta în Maroc și Tunisia. Demersul beneficiază de sprijinul activ și de implicarea directă a Ambasadelor României în cele două țări, facilitând astfel participanților un acces privilegiat la dialogul cu autoritățile locale și cu parteneri strategici de afaceri.

Conform strategiei de relații externe a CCIB, în perioada analizată au fost deschise patru birouri de reprezentare ale CCIB în străinătate, și anume la: Bruxelles (Belgia), Londra (Regatul Unit al Marii Britanii și al Irlandei de Nord), Chicago (SUA) și Calgary (Canada). Principalele obiective ale acestor reprezentanțe vizează atragerea de investiții în România, sprijinirea companiilor românești interesate să-și exporte produsele și serviciile pe piețe cu potențial, dezvoltarea relațiilor CCIB cu instituții

similare din țările de destinație. În perioada următoare se are în vedere deschiderea a încă șapte reprezentanțe CCIB în: R. P. Chineză, Japonia, Austria, Germania, Republica Moldova, India și în Republica Democrată Socialistă Sri Lanka. Totodată, Camera București vine în sprijinul comunității de afaceri cu un nou serviciu. Astfel, în calitate de agent autorizat al Registrului Național de Publicitate Mobilă, CCIB oferă nu numai servicii de înscriere în RNPM, ci și suport profesionist pe tot parcursul procedurii. În ceea ce privește evenimentele premium marca CCIB, pe 20 mai vom organiza cea de a VIII-a ediție a conferinței anuale Focus București, în octombrie-noiembrie, Topul firmelor din capitală și Topurile de sectoare, evenimente-reper pentru comunitatea de business, iar în decembrie, a V-a ediție a Balului CCIB, manifestare caracterizată de eleganță și rafinament. Totodată, după trei ani, pe 23 mai, clădirea va fi deschisă din nou pentru publicul larg cu ocazia desfășurării Programului Noaptea Muzeelor. Cei care ne vor trece pragul vor avea astfel oportunitatea de a afla informații inedite despre arhitectura și istoria acestui edificiu emblematic pentru Capitală.



4

INTERVIUL EDIȚIEI

Ajutăm organizațiile să devină mai eficiente

Interviu cu **David Coyne**,
CEO și Fondator, EASYDO Group

CLUB ANTREPRENOR

- 10 MENSAVE - cursuri de prim ajutor în toată România
- 12 ERP-ul ca decizie strategică: de ce Microsoft Dynamics 365 Business Central este fundația digitalizării moderne și cum alegi partenerul potrivit pentru implementare
- 14 8,4 milioane de telespectatori au urmărit Kanal D2 în primele trei luni ale lui 2026
- 16 Ioana Gheorghe și felul în care o nuntă capătă formă
- 18 Clientul nostru, stăpânul nostru?
- 20 Insolvențele au crescut cu 10% în Capitală în martie 2026. Firmele încep să depună bilanțurile pentru 2025
- 22 28 de ani de construcție, dialog și impact: Fundația Pentru o Românie Modernă redefinesc implicarea în societatea românească
- 24 FUNDAȚIA PENTRU O ROMÂNIE MODERNĂ susține scena de jazz din România prin sponsorizarea seriilor de concerte din cadrul Jazz 4 You Awards 2026
- 25 Participarea activă a membrilor Club ABC la Forumul Trilateral Bulgaria-Turcia-România: consolidarea dialogului economic regional
- 26 Club ABC marchează prezența la seara aniversară dedicată Zilei Naționale a Greciei
- 26 Club ABC și Ambasada Indiei facilitează dialogul economic România-India pentru atragerea de investiții în România
- 28 Stand-Up Networking: de la simplu networking la experiențe care te pun pe scenă

EVENIMENTE

- 32 Forumul de francize și antreprenariat contribuie la maturizarea pieței francizei și la educarea antreprenorilor

BUSINESS NEWS

- 40 Piața asigurărilor din România a ajuns la un volum al primelor brute subscrise de 25,8 miliarde lei în 2025
- 42 Infinexa: CERTINVEST a intrat în insolvență și se pregătește de restructurare
- 44 Cum ajunge România în fața a peste 100 de milioane de oameni printr-un proiect de divertisment dezvoltat local
- 48 AnimaWings inaugurează primele zboruri directe Timișoara- Atena, cu avioane noi și servicii full-service
- 50 Promenada Mall marchează un an de FactoryLab
- 52 Rezultate SIPEX 2025: profit net de 11 milioane lei, +6%, la o cifră de afaceri de aproximativ 328 milioane lei
- 54 Cazinoul din Constanța, din nou scena marilor povești. Votează în „Destinația Anului 2026” și susține destinațiile care te-au făcut să revii!
- 55 CCIR accelerează cooperarea și atragerea investițiilor chineze în România
- 56 Cele cinci unități educaționale modernizate cu sprijinul OMV Petrom prin programul „România Eficientă” și-au redus consumul de energie cu 60%
- 58 Politica industrială revine în prim-plan: cum încearcă România să accelereze investițiile strategice printr-un nou val de scheme de ajutor de stat
- 61 Inflația s-a dublat în martie 2026 față de martie 2025 - creșteri semnificative ale costurilor de producție pentru IMM-uri
- 62 Universitatea Româno-Americană, 35 de ani de educație, inovare și parteneriate internaționale
- 64 Homplex își propune afaceri de 70 milioane lei în 2026, după un avans de 31% în 2025

NR. 29, APRILIE 2026

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

PUBLICAȚIE EDITATĂ DE

BDC MEDIA GROUP SRL

REDAȚIA

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

DARIUS BUZGURE, REDACTOR
DARIUS.BUZGURE@CLUBANTREPRENOR.RO

CLARA IONESCU – REDACTOR

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 / MATERIALE RIGIDE
(rezistență **+25 kg**/poliță)

www.largeformat.globalprint.ro

Ajutăm organizațiile să devină mai eficiente

Interviu cu David Coyne, CEO și Fondator, EASYDO Group

EASYDO este un grup apreciat și respectat în domeniul IT&C, care integrează infrastructură și software pentru a digitaliza, performa și securiza operațiunile. Care sunt pilonii de business ai grupului?

EASYDO Group este construit pe trei piloni principali: integrarea de infrastructură IT, dezvoltarea și implementarea de soluții software și securitatea cibernetică. Practic, ajutăm organizațiile să-și digitalizeze operațiunile end-to-end, să devină mai eficiente și, în același timp, să își protejeze datele și procesele critice.

Cum vă împărțiți între responsabilitățile de manager și antreprenor?

Este un echilibru dinamic. Ca antreprenor, mă concentrez pe viziune, direcție strategică și dezvoltarea de noi oportunități. Ca manager, sunt implicat în execuție, în optimizarea proceselor și în susținerea echipei. Am învățat să deleg și să construiesc o structură care să funcționeze autonom, ceea ce îmi permite să rămân conectat la ambele roluri.

Prin ce se caracterizează stilul dumneavoastră de leadership?

Aș spune că este un leadership participativ și orientat spre rezultate. Încurajez inițiativa, responsabilitatea și transparența. Cred în oameni și în potențialul lor de a crește, iar rolul meu este să creez contextul în care pot performa.

Pe ce se bazează modelul dumneavoastră de business? Care sunt principalele avantaje ale clienților și partenerilor dumneavoastră?

Modelul nostru de business este construit pe parteneriate pe termen lung și pe livrarea de soluții integrate. Clienții beneficiază de un singur punct de contact pentru infrastructură, software și securitate, ceea ce reduce complexitatea și crește eficiența. În plus, oferim consultanță reală, nu doar implementare.

Ce înseamnă echipa EASYDO Group?

Echipa este, fără îndoială, cel mai valoros activ al nostru. Vorbim despre profesioniști cu expertiză solidă, dar și despre oameni







care împărtășesc aceleași valori: responsabilitate, colaborare și dorință de evoluție continuă.

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

Motivația vine din autonomie, recunoaștere și oportunități reale de dezvoltare. Punem accent pe competențe tehnice, dar la fel de importante sunt adaptabilitatea, gândirea critică și capacitatea de a lucra în echipă. Căutăm oameni care nu doar execută, ci contribuie activ cu idei.

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

Lucrăm cu organizații din multiple industrii: retail, producție, servicii financiare, logistică și sectorul public. Vedem un potențial

major în smart city, energie și industrie, unde digitalizarea este încă în plină accelerare.

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

Folosim tehnologii moderne de cloud, virtualizare, automatizare AI și cybersecurity. Lucrăm cu soluții enterprise de top și adaptăm

Apetitul a crescut semnificativ în ultimii ani, mai ales pe zona de securitate și digitalizare. Totuși, deciziile sunt din ce în ce mai bine fundamentate, iar clienții caută soluții care aduc valoare concretă și ROI clar.

Cum vedeți eforturile antreprenorilor români în procesul de digitalizare ale operațiunilor lor?



Echipa este, fără îndoială, cel mai valoros activ al nostru. Vorbim despre profesioniști cu expertiză solidă, dar și despre oameni care împărtășesc aceleași valori: responsabilitate, colaborare și dorință de evoluție continuă.

constant stack-ul tehnologic în funcție de nevoile clienților și de evoluția pieței.

Cum percepeți apetitul investițional al clienților dumneavoastră în servicii și produse IT&C?

Antreprenorii români au făcut pași importanți, dar există încă un decalaj față de piețele mai mature. Ce observ însă este o deschidere tot mai mare către tehnologie și o înțelegere mai bună a beneficiilor digitalizării.



Folosim tehnologii moderne de cloud, virtualizare, automatizare AI și cybersecurity. Lucrăm cu soluții enterprise de top și adaptăm constant stack-ul tehnologic în funcție de nevoile clienților și de evoluția pieței.



Cum vedeți nivelul de conștientizare/gradul de cunoaștere a managerilor români în privința regulilor și standardelor de prevenție în domeniul cybercrime?

Nivelul de conștientizare este în creștere, dar încă insuficient. Multe organizații reacționează abia după un incident. Educația și prevenția trebuie să devină priorități reale.

Ce strategie aveți pentru a vă extinde portofoliul de clienți?

Ne bazăm pe recomandări, pe consolidarea reputației și pe dezvoltarea de soluții relevante pentru industrii specifice. De asemenea, investim în parteneriate strategice și în educarea pieței.

Sunteți îngrijorat de modul în care este sau poate fi utilizat AI-ul?



Ne dorim să devenim un jucător regional relevant, cu proiecte complexe și clienți mari, și să fim recunoscuți pentru calitatea serviciilor și pentru capacitatea de a livra soluții integrate.

AI-ul este o oportunitate extraordinară, dar vine și cu riscuri. Cred că este esențial să existe un echilibru între inovație și reglementare, precum și o utilizare responsabilă a acestor tehnologii.

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

Suntem într-o etapă de maturizare. Avem tot mai mulți antreprenori cu viziune și capacitate de scalare. Comparativ cu Europa Centrală, recuperăm rapid decalajul, dar mai avem nevoie de stabilitate și predictibilitate.

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

Ne dorim să devenim un jucător regional relevant, cu proiecte complexe și clienți mari, și să fim recunoscuți pentru calitatea serviciilor și pentru capacitatea de a livra soluții integrate.

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

Simplificarea birocrăției, digitalizarea administrației și crearea unui cadru fiscal predictibil sunt esențiale. De asemenea, sprijinirea investițiilor în tehnologie ar avea un impact major.

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

Îmi place să fac proiecte cu soția mea și cei doi copii ai noștri în natură pentru a evada din agitația zilnică, să călătorim și să descopăr alte culturi, să citesc și să practic sporturi.

Concert extraordinar **Musical EXTRAVAGANZA**

cu ocazia Zilei Europei

Valurile Dunării

Soprana: **Oana Serban**
Tenor: **Stefan von Korch**
Bariton: **Fang Shuang**

Teatrul de Revistă "Constantin Tănase"
15 mai, ora 19:00

Musical EXTRAVAGANZA

Cea mai celebră lucrare vocal simfonică din lume

CARMINA BIRANA

de Carl Orff

Soprana: **Oana Serban**
Tenor: **Stefan von Korch**
Bariton: **Fang Shuang**

Filarmonica Pitești
Grădina de vară Herăstrău
17 iulie 2026 | ora 20:00

Grădina de Vară Herăstrău **Musical EXTRAVAGANZA**

6 AUGUST ORA 20:00

Duelul Tenorilor

Tenori: **George Virban**, **Andrei Mihalcea**, **Stefan von Korch**, **Mihai Urzicana**

Nessun dorma, O sole mio, Funiculi funiula, La donna e mobile

Invitat de gală tenorul **FLORIN GEORGESCU**

Filarmonica Pitești

TNB - SALA STUDIO **Musical EXTRAVAGANZA**

14 SEPTEMBRIE | ORA 19:00

Nessun Dorma

Tenori: **George Virban**, **Stefan von Korch**, **Mihai Urzicana**

Pianist: **Alexandru Burcă**

Musical EXTRAVAGANZA

Christmas Extravaganza

16 Dec

by **Stefan von Korch** & guests
Tenor

Pianist: **Alexandru Burcă**

SALA DALLES | ORA 19:00

Sala Palatului **Musical EXTRAVAGANZA**

Operă comică în două acte

ELIXIRUL DRAGOSTEI

DE GAETANO DONIZETTI

Tenor: **Stefan von Korch**
Nemorino

Orchestra Simfonică a Filarmonicii Pitești + more TBA

SALA PALATULUI
21 februarie 2027, ora 19:00

Musical
EXTRAVAGANZA
productionsallegro@gmail.com



Bilete VIP la preț special cu codul Club Antreprenor pe Ticketstore.ro

MENSAVE - cursuri de prim ajutor în toată România

În articolul de mai jos aflați cum au dezvoltat Roxana Popa și Cristian Ghiță compania MENSAVE, unul dintre liderii cursurilor de prim ajutor din România.



Într-un context în care siguranța la locul de muncă devine tot mai importantă, iar legislația obligă companiile să aibă personal instruit în acordarea primului ajutor, un business pornit la Timișoara a reușit să se transforme rapid într-un jucător național. MENSAVE, companie fondată de Roxana Popa și Cristian Ghiță, oferă cursuri de prim

ajutor pentru companii din întreaga țară și dezvoltă proiecte comunitare dedicate salvării de vieți.

Pornit ca un business de familie, construit pas cu pas, MENSAVE a crescut într-un ritm accelerat, devenind în doar câțiva ani unul dintre cei mai importanți furnizori de cursuri de prim ajutor din România.

LEGEA 319/2006 A ACCELERAT CEREREA PENTRU CURSURI DE PRIM AJUTOR

Una dintre principalele direcții de dezvoltare ale MENSAVE a fost zona corporate, unde legislația privind securitatea și sănătatea în muncă obligă companiile să desemneze persoane instruite în acordarea primului ajutor. Companiile trebuie să aibă personal instruit pentru intervenții rapide în situații de urgență, iar acest lucru a generat o nevoie tot mai mare de cursuri practice, susținute de profesioniști din medicina de urgență. MENSAVE oferă:

- cursuri de prim ajutor de bază;
- cursuri de prim ajutor pediatric;
- cursuri de prim ajutor avansat;
- instruirii personalizate pentru diferite industrii.

Aceste cursuri sunt organizate pentru companii din întreaga țară și sunt adaptate riscurilor specifice fiecărei industrii.

„Am observat că multe companii aveau obligația legală de a instrui angajații, însă cursurile existente erau prea teoretice. Am construit MENSAVE ca o companie care oferă instruire practică, susținută de medici și bazată pe situații reale”, spune **Roxana Popa, co-fondator MENSAVE.**

Mai multe detalii despre cursuri: <https://mensave.ro>

INSTRUCTORI DIN MEDICINA DE URGENȚĂ

Un element diferențiator important pentru MENSAVE este echipa medicală. Cursurile sunt susținute exclusiv de:

- medici UPU;
- medici ATI;
- asistenți din Unități de Primiri Urgențe;
- personal medical din spitale de referință.

Printre aceștia se numără și personal medical din cadrul Spitalului Clinic de Urgență pentru Copii „Louis Țurcanu” din Timișoara, ceea ce permite organizarea unor cursuri de prim ajutor pediatric bazate pe experiență reală. Această abordare permite participanților să învețe intervenția corectă în situații critice, nu doar teorie.

DE LA BUSINESS LOCAL LA COMPANIA NAȚIONALĂ

MENSAVE a fost lansat în 2021 la Timișoara, de către Roxana Popa și Cristian Ghiță. Creșterea a fost rapidă, iar compania s-a extins la nivel național.

MENSAVE susține cursuri în toată România. Compania colaborează cu principalii jucători din multiple industrii, de la producție și logistică, până la IT, retail, servicii și instituții publice. „Vedem o creștere constantă a cererii pentru cursuri de prim ajutor. Companiile înțeleg că siguranța angajaților este o prioritate, dar și o obligație legală”, spune Cristian Ghiță.

DEFIBSAVE – PROIECTUL DE COMUNITATE

Pe lângă cursurile de prim ajutor, MENSAVE a lansat și DefibSave, proiect prin care compania instalează defibrilatoare publice din fonduri private. Inițiativa a pornit din dorința fondatorilor de a contribui concret la salvarea de vieți. Prin DefibSave, MENSAVE a instalat 8 defibrilatoare în Timișoara, printre care și pe:

- Palatul Lloyd, Centrul Timișoarei;
- Piața Unirii din Timișoara;
- Catedrala mitropolitană din Timișoara;
- Gara de Nord, Aeroporturi, etc.



Dispozitivele sunt amplasate la exterior și accesibile publicului.

Mai multe informații:

<https://mensave.ro/ce-este-proiectul-defibsave/>

BUSINESS DE FAMILIE CU VIZIUNE NAȚIONALĂ

MENSAVE este construit de Roxana Popa și Cristian Ghiță, fiecare implicat activ în dezvoltarea companiei.

„Am construit MENSAVE ca un business de familie, dar cu impact național”, spun fondatorii.

PLANURI DE DEZVOLTARE

Pentru perioada următoare, MENSAVE își propune:

- extinderea proiectului DefibSave în mai multe orașe
- susținerea cursurilor la nivel internațional
- instruirea unui număr cât mai mare de români

În prezent, estimările arată că doar 2 din 10 români știu să acorde primul ajutor, ceea ce arată o nevoie reală de educație în acest domeniu.

În doar câțiva ani, MENSAVE a devenit unul dintre liderii cursurilor de prim ajutor din România, demonstrând că un business de familie poate avea impact național și poate contribui direct la siguranța comunității.

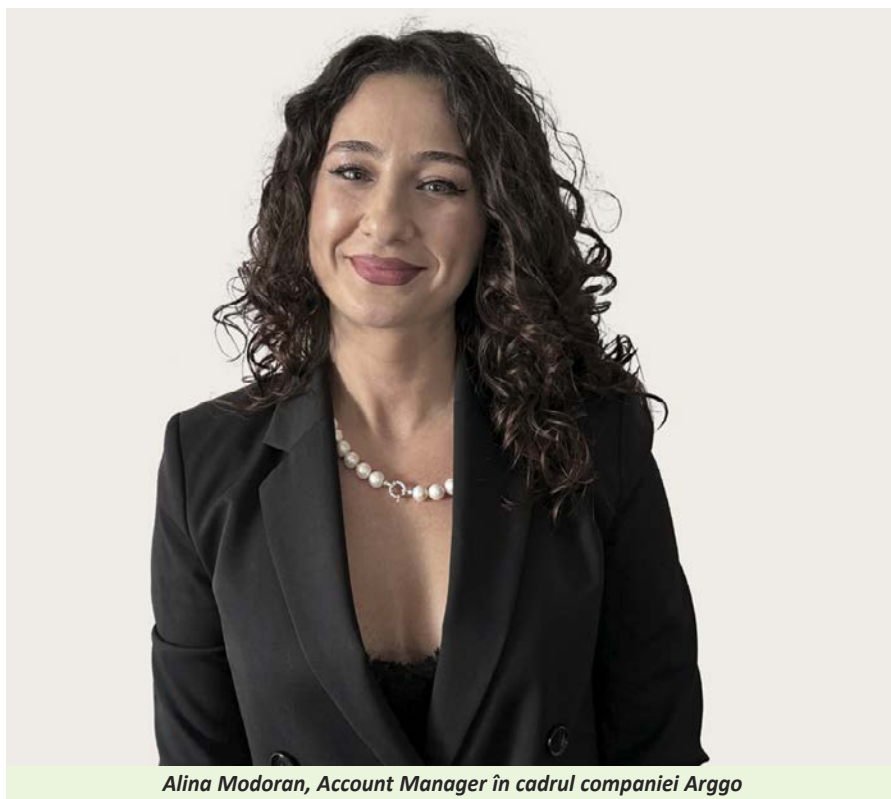
Pentru mai multe informații:

www.mensave.ro
office@mensave.ro
 0746643872



ERP-ul ca decizie strategică: de ce Microsoft Dynamics 365 Business Central este fundația digitalizării moderne și cum alegi partenerul potrivit pentru implementare

Pentru antreprenorii din România, discuția despre digitalizare a trecut de mult de etapa de „ar fi bine să facem ceva”. Astăzi, presiunea vine din toate direcțiile: competiție, eficiență operațională, lipsa de vizibilitate în business și, poate cel mai apăsător, cerințele legislative tot mai complexe. În acest context, implementarea unui sistem Enterprise Resource Planning (ERP) nu mai este o opțiune, ci o decizie strategică. Practic, sistemele ERP nu mai sunt percepute ca simple aplicații de gestiune, ci ca infrastructura pe care se construiește viitorul unei companii.



Alina Modoran, Account Manager în cadrul companiei Arggo

Am dorit să aflăm mai multe detalii despre sistemele ERP și am discutat cu **Alina Modoran, Account Manager în cadrul companiei Arggo**, companie de IT specializată în dezvoltare de software și consultanță de business.

„Plecăm de la premisa că antreprenorii înțeleg deja ce este un sistem ERP și în cele mai multe cazuri așa și este, căci se documentează și cunosc care sunt nevoile, având chiar anumite cerințe specifice. Alegerea sistemului este

însă o provocare pentru ei. Observăm frecvent că procesul începe cu o întrebare greșită: «Cât costă?». În realitate, întrebarea corectă este «Unde vrem să ajungem ca business în următorii ani?». Pentru că ERP-ul nu este doar un instrument operațional, ci o reflectare fidelă a modului în care funcționează organizația. Dacă ar fi să folosim o analogie, este harta ADN-ului companiei, adică locul în care se întâlnesc procesele, deciziile, fluxurile și responsabilitățile”, spune Alina Modoran, Account Manager, Arggo.

Pentru companii, indiferent de industria din care fac parte, transformarea digitală înseamnă mai mult decât un upgrade IT. Reprezintă integrarea proceselor de business într-o platformă unificată, automatizarea fluxurilor interne și capacitatea de a răspunde rapid cerințelor legislative din România. În ultimii ani, aceste cerințe au devenit tot mai complexe: implementarea sistemelor e-Factura și e-Transport, raportarea SAF-T sau noile obligații legate de ESG. Fără o platformă integrată, gestionarea acestor procese devine fragmentată, consumatoare de timp și predispusă la erori.

Fără un sistem integrat, toate aceste procese ajung să fie gestionate manual sau în aplicații disparate, ceea ce duce la pierderi de timp,

erori și, în final, costuri ascunse. Aici intervine rolul unui sistem ERP, iar pe piață există numeroase soluții, dezvoltate atât la nivel local (SeniorERP, Charisma ERP sau WizPro ERP), cât și internațional (Microsoft Dynamics 365 Business Central, SAP S/4HANA, Oracle NetSuite, Odoo sau Sage X3), după a zeci de ani de inovație și adaptare la nevoile companiilor. Fiecare dintre aceste sisteme vine cu propriile particularități, funcționalități și abordări, însă diferența reală o face modul în care sunt implementate și adaptate la specificul fiecărei organizații.

În acest peisaj, Microsoft Dynamics 365 Business Central se conturează ca una dintre cele mai solide soluții ERP pentru companiile care își doresc control, vizibilitate și scalabilitate. Parte din ecosistemul Microsoft, Business Central reunește într-o singură platformă funcționalități esențiale pentru gestionarea întregului business: financiar, vânzări, achiziții, stocuri, logistică, producție sau management de proiect. Toate aceste informații sunt centralizate și disponibile în timp real, oferind o imagine clară asupra performanței companiei.

Unul dintre cele mai importante avantaje ale Business Central este capacitatea de a transforma datele în decizii. Accesul la rapoarte și dashboard-uri actualizate permanent permite managementului să înțeleagă rapid ce se întâmplă în business, să controleze cash-flow-ul și să reacționeze în timp util. De asemenea, automatizarea proceselor reduce semnificativ intervențiile manuale, elimină erorile și crește eficiența operațională. Integrarea nativă cu alte soluții Microsoft, precum Excel, Outlook, Teams, Power BI sau Copilot, aduce un plus de valoare important. Utilizatorii pot lucra într-un mediu familiar, fără a pierde timp în sisteme disparate, iar analiza datelor devine mult mai accesibilă și relevantă pentru deciziile de business. În plus, fiind o soluție cloud, Business Central oferă flexibilitate, securitate și acces de oriunde, fără costuri suplimentare de infrastructură. Un alt aspect esențial pentru companiile din România este adaptarea la cerințele locale. Prin extensii și localizări dedicate, Dynamics 365 Business Central permite integrarea rapidă cu sistemele e-Factura, e-Transport sau SAF-T, facilitând conformarea legislativă fără eforturi suplimentare.

„De cele mai multe ori, antreprenorii ajung să ia decizia de implementare a unui sistem ERP



atunci când business-ul începe să crească mai repede decât procesele interne. Este momentul în care apar blocajele, lipsa de vizibilitate și dependența de oameni-cheie. Ce observăm însă este că deciziile cele mai bune nu sunt luate din presiune, ci din viziune. În momentul în care, sau mai bine spus atunci când antreprenorul înțelege că are nevoie de o fundație solidă pentru următorii ani, nu doar de o soluție pentru problemele de azi”, spune **Alina Modoran, Account Manager, Argo**.

Totuși, implementarea unui software ERP nu este un proces instant. Durata variază în funcție de complexitatea organizației, de la câteva luni pentru proiecte mai simple, până la 8-12 luni sau mai mult pentru companii cu procese complexe. Este important de înțeles că nu vorbim doar despre instalarea unui software, ci despre un proces de transformare organizațională, care implică analiză, adaptare și implicare din partea echipei interne.

În acest context, alegerea partenerului de implementare devine cel mai important factor, chiar mai important decât costul. Un ERP performant nu garantează succesul dacă nu este implementat corect. Diferența o face partenerul care înțelege business-ul și industria, care pune întrebările potrivite și care poate traduce nevoile operaționale în soluții concrete. Un partener bun nu livrează doar tehnologie. Este alături de echipa companiei care implementează, le oferă asistență sau suport, contribuie activ la optimizarea proceselor și la crearea unei baze solide pentru creștere.

„În Argo, am construit această abordare în jurul proiectelor de digitalizare, pornind de la experiența noastră în dezvoltare de software

și consultanță de business. Implementăm soluții din suita Microsoft Dynamics 365, pe care le completăm cu Timeqode, platforma noastră proprie de automatizare a proceselor. Integrăm tot mai mult și componente de AI, pentru o aplicare strategică a inteligenței artificiale în rezolvarea provocărilor operaționale. Practic, nu vorbim doar despre un ERP, ci despre un ecosistem digital complet, care ajută companiile să își crească eficiența, să ia decizii mai bune și să se dezvolte sustenabil”, spune **Alina Modoran, Account Manager, Argo**.

Cu peste 300 de clienți din industrii diverse, de la financiar și sănătate, până la retail, producție sau energie, Argo a acumulat experiența necesară pentru a adapta soluțiile la specificul fiecărei organizații. Printre companiile care au ales această direcție se numără nume relevante din piață, precum Dedeman, KFC, Pizza Hut, Taco Bell, Baumit, Hard Rock Cafe, Băneasa Shopping City, Aquila, Automobile Bavaria, Synevo, Ameropa Grains, Titan Machinery, Kruk, Bigotti, Agrii România, MagnaPharm, Kwizda Agro, Elacin International, Intersport, Forever Living, Klass Wagen, Secom Healthcare și Miele.

În final, alegerea unui ERP nu este despre funcționalități sau despre preț. Este despre direcție. Despre modul în care o companie își construiește viitorul și despre capacitatea de a lua decizii bazate pe date, nu pe presupuneri. Microsoft Dynamics 365 Business Central oferă infrastructura necesară pentru creștere, control și adaptare, pentru toată această transformare, iar alegerea partenerului potrivit poate face diferența între un proiect implementat și un business cu adevărat digitalizat.

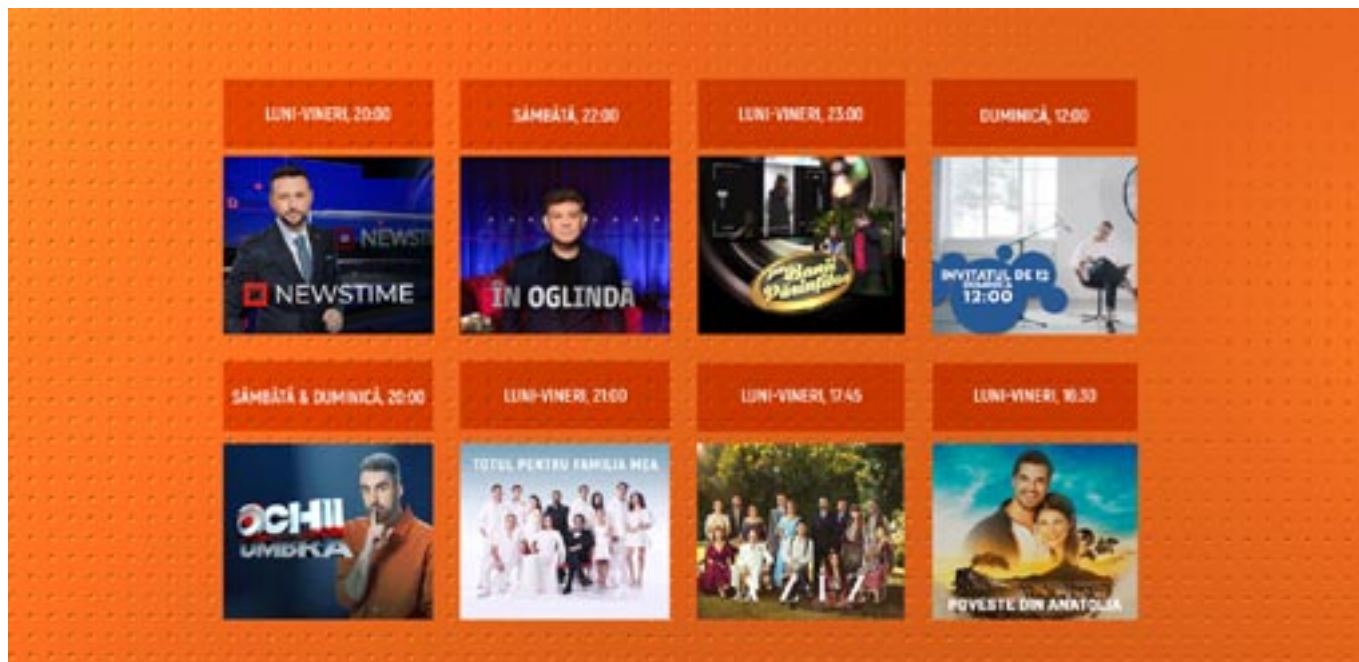
8,4 milioane de telespectatori au urmărit Kanal D2 în primele trei luni ale lui 2026

La trei ani de la lansare, împliniți pe 2 aprilie 2026, cea de-a doua stație generalistă din portofoliul Dogan Media a urcat simțitor în preferințele publicului.



Ugur Yeşil, CEO și Executive Board Member Dogan Media

Kanal D2 a împlinit pe 2 aprilie 2026, trei ani de prezență pe piața media din România, perioadă în care a înregistrat o evoluție constantă și și-a consolidat poziția ca alternativă relevantă de conținut în peisajul televiziunilor generaliste. Parte a portofoliului Dogan Media, alături de Kanal D, Radio Impuls și Divizia Digital, stația s-a remarcat în tot acest timp printr-un mix echilibrat de divertisment, formate internaționale, seriale consacrate și producții cu puternică amprentă emoțională, adaptate noilor obiceiuri de consum. Totodată, prin jurnalul „NEWSTIME”, Kanal D2 oferă acces la informație relevantă, într-un format dinamic, completat de invitați alături de care sunt analizate și comentate cele mai importante subiecte ale zilei. La confluența dintre TV, radio și digital, Kanal D2 a reușit să dezvolte comunități consistente de public, atât în rândul telespectatorilor tradiționali, cât și al celor din mediul online, printr-o strategie coerentă de diversificare a conținutului și distribuție multiplatformă. Performanțele de audiență confirmă această evoluție: 8,4 milioane de telespectatori din întreaga țară au urmărit Kanal D2 în primele trei luni ale anului 2026, conform datelor furnizate de Kantar România. De la lansarea din 2 aprilie 2023, stația a urcat 19 poziții în topul televiziunilor, ajungând pe locul 17 la nivel național în perioada menționată. În același timp, pe segmentul publicului comercial, Kanal D2 a înregistrat o creștere de 14% a cotei de piață, pe întreaga zi, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. „Încă de la început, ne-am dorit ca această televiziune să răspundă unei nevoi reale a



publicului, într-un context în care consumul media nu mai este liniar, iar telespectatorii aleg să acceseze conținutul oricând și de oriunde. Am construit astfel o ofertă care îmbină preferințele unui public tradițional

cu noile tendințe de consum, aducând în prim-plan atât conținut relevant și actual, cât și producții îndrăgite, cu valoare emoțională, pe care publicul și-a dorit să le revadă. În același timp, ne-am concentrat pe

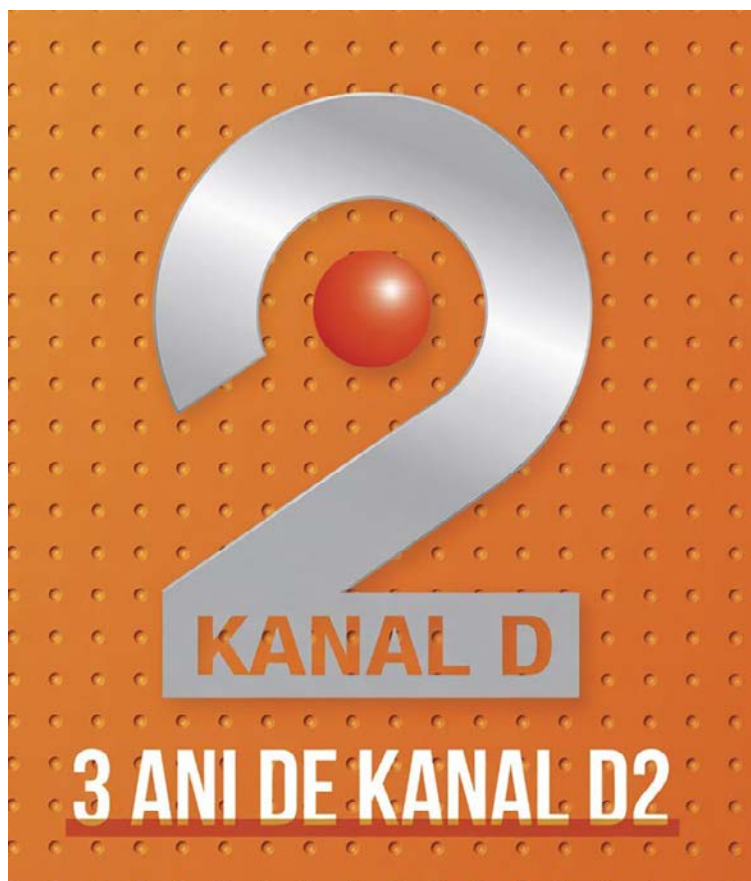
construirea unei relații de încredere cu publicul nostru, bazată pe onestitate și responsabilitate, atât pe ecran, cât și în spatele camerelor. Ne bucurăm că această abordare s-a reflectat în evoluția Kanal D2 și privim cu încredere spre viitor", a declarat **Ugur Yeşil, CEO și Executive Board Member Dogan Media**.

Grila Kanal D2 reunește formate care au demonstrat deja o conexiune puternică cu cei din fața micilor ecrane și nu numai: emisiuni de interviuri precum „În oglindă”, prezentată de Mihai Ghiță, și „Invitatul de 12”, cu Cosmin Cernat, reality-uri cu tradiție precum „Ochiul din umbră”, prezentat de Ernest, sau „Pe banii părinților”, alături de seriale apreciate „Aziz”, „Nehir”, „Poveste din Anatolia”. Componenta informativă este susținută de jurnalul „NEWSTIME”, prezentat de Radu Andrei Tudor, care aduce zilnic informație obiectivă și relevantă. Emoția, autenticitatea poveștilor de viață, conținutul cu care rezonează publicul și informația livrată responsabil rămân pilonii principali ai Kanal D2, contribuind la atragerea unui public divers, din toate categoriile de vârstă.



„Încă de la început, ne-am dorit ca această televiziune să răspundă unei nevoi reale a publicului, într-un context în care consumul media nu mai este liniar, iar telespectatorii aleg să acceseze conținutul oricând și de oriunde.

Ugur Yeşil, CEO și Executive Board Member Dogan Media



Ioana Gheorghe și felul în care o nuntă capătă formă

Există oameni care organizează evenimente și există oameni care știu să citească dincolo de ele.

Ioana Gheorghe face parte din acea categorie rară care vede omul înainte de concept, ascultă înainte să propună și așază fiecare detaliu astfel încât întregul să spună aceeași poveste. Cu experiență în organizarea de evenimente personalizate și cu o privire formată pentru atmosferă, ritm și compoziție, Ioana Gheorghe a conturat în timp Perfect Royal Events ca pe un nume asociat cu acele evenimente care se simt din primul pas: bine gândite, bine așezate și trăite cu prezență. **Pentru Ioana Gheorghe, o nuntă începe cu felul în care cei doi își imaginează că vor trăi ziua lor.**

Înainte de candy bar, de flori, de decor sau de lumini, există o stare. Există o imagine purtată în minte. Există dorința ca totul să curgă firesc, să aibă frumusețe, sens și acel farmec care adună oamenii laolaltă și îi face să simtă că se află într-un loc special. De aici începe și felul în care lucrează ea: din imaginea mare, din emoția

purtată înăuntru, din felul în care un vis cere să prindă contur fără să-și piardă sufletul pe drum.

Această privire face diferența între un eveniment care doar se desfășoară și unul care rămâne.

Pentru că o nuntă își lasă amprenta în felul în care este trăită, nu doar în felul în care este privită. În lumina care cade bine peste mese. În ritmul firesc al serii. În senzația aceea că fiecare alegere își are rostul ei. În clipa în care invitații intră și se uită în jur cu acel zâmbet care spune totul înainte de cuvinte.

CÂND VISUL MIRESEI ÎNTÂLNEȘTE IUREȘUL ORGANIZĂRII

La un moment dat, în organizarea unei nunți, pe aceeași masă ajung lista de invitați, bugetul, meniul, florile, locația și întrebarea aceea care mută dintr-odată jumătate de sală: unde îl așezi pe unchiul care încă ține minte povestea veche cu mama-soacră? Telefonul luminează întruna. Cineva întreabă de program. Altcineva vrea o confirmare. O voce spune că mai merge

ajustat ceva. O alta vine cu încă o părere. În mijlocul acestui amestec, mireasa poartă încă în minte o imagine limpede: o sală care se aprinde frumos, mese la care privești cu drag, un colț în jurul căruia invitații se opresc, gustă, zâmbesc și mai rămân puțin.

Acolo începe, de fapt, miza unei nunți. În clipa în care tot ce era doar în imaginație cere să capete formă și să rămână viu printre zeci de alegeri, întrebări și voci. Atunci contează cine vede doar fragmente și cine reușește să țină în brațe întregul.

În astfel de momente, ceea ce caută mirii depășește cu mult ideea de „serviciu”.

Ei caută un om care să simtă direcția potrivită. Caută pe cineva care să observe ce li se potrivește cu adevărat. Caută acea prezență care aduce așezare într-o perioadă plină de detalii, decizii și ritm alert. O nuntă se pregătește cu liste, desigur, însă se trăiește în stări, iar diferența dintre cele două planuri devine esențială în orice eveniment care își dorește să rămână viu în memoria celor prezenți.





DETALIILE CARE SCHIMBĂ TONUL UNEI SERI

O nuntă memorabilă se construiește din lucrurile care se simt din prima, chiar înainte să fie numite. Dintr-un colț în jurul căruia lumea se adună firesc. Dintr-un decor care face invitații să scoată telefonul aproape instinctiv. Din gusturile care aduc oamenii aproape unii de alții. Din florile care schimbă starea unei încăperi. Din mesele care nu doar arată bine, ci așază atmosfera.

Un **candy bar** bine gândit devine loc de întâlnire. Un **fruit bar** aduce prospețime, culoare și lumină. Un **cheese bar** cheamă conversații, zâmbete, reveniri. Un **lemonade bar** dă acea senzație de vară vie, aerisită, luminoasă. Aranjamentele florale schimbă imediat energia locului. Decorul interior și exterior ține toate lucrurile în aceeași respirație. Hostesele, ospătarii, barmanul, ritmul în care toate acestea apar și se așază își lasă amprenta asupra întregii seri.

Luate separat, sunt elemente.

Așezate împreună cu ochi format și mână sigură, devin atmosferă.

Aici se vede felul în care lucrează Perfect Royal Events.

Oferta dedicată nunților reunește candy bar, fruit bar, cheese bar, lemonade bar, decor interior și exterior, aranjamente florale, servicii de hostess, barman, ospățari, foto-video și alte servicii conexe. Însă adevărata lor forță se vede în clipa în care toate aceste elemente încep să curgă împreună și dau evenimentului acel „ceva” pe care invitații îl simt imediat, chiar dacă aleg alte cuvinte pentru el.

Și poate tocmai aici stă una dintre cele mai sensibile nuanțe ale unei nunți reușite: în felul

în care oamenii își amintesc mai mult decât ceea ce au văzut. Își amintesc felul în care s-au simțit. Își amintesc că au intrat într-un loc care avea viață, ritm și frumusețe. Își amintesc colțul în care au zăbovit mai mult, conversațiile care au curs firesc, mesele care păreau compuse cu grijă, florile care au schimbat lumina încăperii, gusturile care au rămas în memorie și acel sentiment rar că totul se leagă.

CÂND CINEVA VEDE IMAGINEA ÎNTREGĂ

În spatele unei zile care rămâne în memorie se află, de multe ori, cineva care vede mai departe de listă. Cineva care înțelege că mireasa nu visează în tabele, ci în stări. Că mirele caută și el acel sentiment că totul este ținut bine, că lucrurile merg, că ziua lor se poate desfășura cu rost și cu frumusețe. Că invitații păstrează în minte mai mult decât o fotografie: păstrează impresia unei seri care a avut viață.

Ioana Gheorghe lucrează exact în acest spațiu dintre idee și trăire. Privește ansamblul, ascultă ce își doresc mirii, observă ce se potrivește, ce lipsește, ce ar ridica întreaga poveste cu câteva trepte mai sus. Din această capacitate de a citi imaginea mare și de a așeza detaliile în jurul ei a crescut Perfect Royal Events: ca un business care aduce servicii complete, iar în același timp construiește experiențe în care fiecare alegere își găsește locul firesc.

Alegerea unui astfel de partener schimbă felul în care se trăiește întreaga perioadă a organizării.

Când cineva ține direcția, filtrează opțiunile și vede înainte ce poate ridica evenimentul, mirii respiră altfel. Își păstrează energia pentru ceea

ce contează cu adevărat. Pot rămâne aproape de sensul zilei lor, în loc să fie absorbiți complet de iureșul deciziilor mărunte. Iar această așezare se vede, în final, în tot: în atmosferă, în ritm, în frumusețea discretă a alegerilor bine făcute.

Pentru mireasă, această diferență se simte în clipa în care intră și vede că spațiul îi seamănă. Pentru mire, se simte în felul în care ziua curge fără să-i smulgă din propriul moment. Pentru invitați, se transformă într-o impresie întregă: frumusețe, gust, atmosferă și acel farmec care rămâne cu ei mult după plecare.

ZIUA VOASTRĂ MERITĂ SĂ PRINDĂ FORMĂ

Ziua nunții adună iubire, familie, emoție și promisiunea unui început. Tocmai de aceea, tot ce contribuie la frumusețea ei merită privit ca parte dintr-un tablou mare, viu, purtat mult timp în sufletul celor care l-au trăit.

Când lângă miri se află un om care vede această imagine și știe să o pună în scenă cu grijă, întreaga zi capătă greutate, ritm și prezență. Sub privirea Ioanei Gheorghe, fiecare alegere poate primi sens, iar fiecare detaliu poate lucra în favoarea aceleiași povești. Pentru că unele zile cer mai mult decât organizare.

Cer atmosferă.

Cer gust.

Cer acel farmec care le face memorabile.

Așa prinde formă o nuntă care rămâne: atunci când emoția, atmosfera și detaliile se întâlnesc firesc și spun aceeași poveste.

Nu doar în fotografii. Nu doar în amintirea unei seri reușite. Ci în felul în care oamenii vorbesc, peste timp, despre acel eveniment și spun că a avut viață, că a avut farmec, că a avut suflet.

Pentru cuplurile care își doresc o nuntă trăită cu atenție pentru fiecare detaliu și cu un firesc care se simte din primul pas, universul Perfect Royal Events poate fi descoperit pe petrecriperfecte.ro.

DATE DE CONTACT

Ioana Gheorghe

Telefon: +40 736 425 287

Website: petrecriperfecte.ro

Facebook:

www.facebook.com/PerfectRoyalEvents

Foto credit: Alexandrez – Filmsetup.com

Floral Designer: Costina Grigorescu

Clientul nostru, stăpânul nostru?

Articol de Cristian Cătălin Boraci



Cristian Cătălin Boraci este Fondator & CEO PRINTAMO SRL, inginer specializat în Informatică Industrială, cu pregătire în cybersecurity și rețelistică prin programele Cisco Networking Academy.

Antreprenoriatul este frecvent prezentat ca sinonim al libertății profesionale: lipsa unui șef, control asupra propriului timp și autonomie decizională. În realitate, experiența multor fondatori arată că această libertate este rapid condiționată de o relație esențială – cea cu clientul. Parcursul unui antreprenor român, construit pe refuzul ideii de a fi angajat și pe dorința

de a-și controla propriul drum profesional, oferă o perspectivă relevantă asupra modului în care, în timp, autonomia se redefinește prin responsabilitate, consecvență și respectarea angajamentelor asumate în relația cu piața.

MOTIVAȚIA INIȚIALĂ: REFUZUL STATUTULUI DE ANGAJAT

Pentru o parte semnificativă dintre antreprenori, decizia de a porni un business nu pornește dintr-un plan de afaceri riguros, ci dintr-o motivație personală profundă. Dorința de autonomie, nevoia de a construi ceva propriu și refuzul unui parcurs profesional standardizat sunt factori care apar

recurent în discursul fondatorilor aflați la început de drum.

„Niciodată nu am cochetat cu ideea de a fi angajat. Nu îmi plăcea ideea de șef, nici perspectiva de a lucra într-o fabrică sau într-un sistem rigid”, explică antreprenorul. Refuzul nu era legat strict de respingerea autorității, ci de dorința de a-și defini singur traseul profesional, de a fi „deschizător de drumuri” și de a nu depinde de deciziile unei structuri ierarhice.

Această motivație reflectă un fenomen mai larg din mediul antreprenorial: antreprenoriatul este perceput ca o formă de auto-determinare. În discursul public, ideea de „a fi propriul tău șef” este adesea asociată cu controlul total asupra timpului și deciziilor. Însă această percepție este, în practică, doar parțial adevărată.

PRIMELE ETAPE ALE BUSINESSULUI: LIBERTATE PERCEPUTĂ, CONSTRÂNGERI REALE

La început de drum, libertatea antreprenorială este resimțită intens. Programul este flexibil, deciziile sunt rapide, iar lipsa unei ierarhii formale creează impresia unui control aproape total. Totuși, pe măsură ce activitatea se stabilizează și apar clienții constanți, apar și constrângerile mai puțin vizibile: termene-limită, așteptări de livrare, responsabilitatea calității și nevoia de predictibilitate.

În acest context, expresia „clientul nostru, stăpânul nostru” începe să circule informal. Inițial, era o replică rostită frecvent, aproape reflex: „Spuneam asta des, cu fiecare ocazie. La acel moment, nu îi dădeam un sens foarte clar. Era mai degrabă o glumă sau o formulă de limbaj.”

Această replică, aparent banală, ascunde însă o realitate structurală a mediului de business: lipsa unui șef nu elimină relațiile de dependență, ci le mută în alt registru. Antreprenorul nu mai răspunde în fața unui superior ierarhic, dar răspunde în fața pieței.

DEFINIREA RELAȚIEI CU CLIENTUL: DE LA FORMULĂ LA PRINCIPIU

Odată cu acumularea de experiență, perspectiva asupra relației cu clientul se schimbă. *„Am ajuns să înțeleg că, atunci când intri în antreprenoriat, clientul este parțial ‘stăpânul’ tău. Nu pentru că te obligă cineva formal, ci pentru că tu alegi să îți respecti angajamentele pentru ca afacerea să poată continua.”*

Această nuanțare este esențială: clientul nu exercită o autoritate ierarhică, dar are un rol determinant în viabilitatea economică a afacerii. Alegerea de a lucra cu un client implică asumarea unor responsabilități: livrarea la timp, respectarea standardelor de calitate și comunicarea transparentă. În lipsa unor mecanisme interne de control – tipice organizațiilor mari – antreprenorul trebuie să își construiască propriile standarde de performanță. În acest proces, feedback-ul clientului devine principalul indicator al calității muncii sale.

STUDIU DE CAZ: O COLABORARE DE DURATĂ ȘI ERODAREA ÎNCREDERII

O colaborare de durată cu un client stabil a devenit un punct de referință în parcursul antreprenorului. Relația profesională era inițial una echilibrată: clientul respecta programul și modul de lucru, iar așteptările erau clar definite. În timp, însă, au apărut sincopae. *„La un moment dat, eu am ajuns să nu mă mai țin de cuvânt.”*

Nu a fost vorba de un incident izolat, ci de o succesiune de întâzieri și promisiuni amânate, care au dus, treptat, la erodarea încrederii.

Această situație reflectă una dintre vulnerabilitățile antreprenoriatului: lipsa unei structuri formale de responsabilizare poate conduce la relaxarea standardelor personale, mai ales în relațiile de lungă durată,

unde familiaritatea poate diminua percepția urgenței.

În final, colaborarea a fost întreruptă. Pierderea clientului a fost percepută nu doar ca un impact financiar punctual, ci ca un semnal privind modul de funcționare al afacerii.

MOMENTUL DE CONȘTIENȚIZARE: DEPENDENȚA REALĂ DE CLIENT

Încetarea colaborării a clarificat semnificația reală a expresiei *„clientul nostru, stăpânul nostru”*. *„Atunci am înțeles cel mai bine ce înseamnă asta. Clientul este șeful meu atât timp cât imi doresc ca afacerea mea să existe.”*

Această constatare evidențiază o realitate fundamentală a mediului de afaceri: sustenabilitatea nu este dată doar de ideea inițială sau de produs, ci de capacitatea constantă de a livra valoare și de a menține încrederea. Reputația profesională devine, în acest context, un activ strategic.

REVENIREA CLIENTULUI: LIMITELE RECONSTRUCȚIEI ÎNCREDERII

După câțiva ani, clientul a revenit, ceea ce a sugerat existența unui capital de încredere rezidual.

Reluarea colaborării a fost, însă, însoțită de aceleași provocări. Repetarea unor probleme similare a arătat că maturizarea antreprenorială nu este un proces automat.

Revenirea clientului a oferit o a doua șansă, dar și o confirmare a fragilității relațiilor profesionale. În lipsa unor schimbări structurale în modul de lucru, riscul de a repeta aceleași greșeli rămâne ridicat.

MITUL „PROPRIULUI ȘEF” ȘI REALITATEA PIETEI

Discursul public despre antreprenoriat promovează adesea

„Am ajuns să înțeleg că, atunci când intri în antreprenoriat, clientul este parțial ‘stăpânul’ tău. Nu pentru că te obligă cineva formal, ci pentru că tu alegi să îți respecti angajamentele pentru ca afacerea să poată continua.”

imaginea fondatorului complet autonom. În realitate, piața funcționează ca un mecanism de control mult mai direct decât o ierarhie formală. Decizia clientului de a continua sau nu colaborarea reprezintă o evaluare constantă a performanței.

În acest sens, clientul devine principalul „auditor” al activității antreprenoriale. Lipsa unei structuri interne de evaluare poate fi compensată doar prin disciplină personală și prin mecanisme clare de auto-monitorizare.

REDEFINIREA LIBERTĂȚII ÎN ANTREPRENORAT

Experiența descrisă conduce la o redefinire a libertății profesionale. Libertatea nu mai este percepută ca absența constrângerilor, ci ca posibilitatea de a alege responsabil ce promisiuni faci și ce relații construiești.

Clientul nu este „stăpân” în sens ierarhic, dar este un factor determinant în viabilitatea economică a afacerii. Relația cu clientul devine, astfel, o formă de parteneriat condiționat de performanță, consecvență și respect reciproc.

CONCLUZIE

Antreprenoriatul nu înseamnă eliminarea relațiilor de dependență, ci transformarea lor. În locul unui șef formal apare piața, iar în locul evaluării ierarhice apare feedback-ul clientului. Libertatea profesională este reală doar în măsura în care este susținută de responsabilitate, consecvență și capacitatea de a onora angajamentele asumate. În acest cadru, maturizarea antreprenorială nu este un moment singular, ci un proces continuu, construit prin experiențe concrete, inclusiv prin pierderea și recâștigarea încrederii clienților.

Insolvențele au crescut cu 10% în Capitală în martie 2026. Firmele încep să depună bilanțurile pentru 2025

În luna martie 2026 au fost deschise **peste 1000 de dosare de insolvență**. Dacă în ianuarie 2026 au fost înregistrate peste 500 de dosare, iar în Februarie 2026 peste 800, se observă o creștere constantă de la o lună la alta, martie confirmând această tendință ascendentă. La fel ca în Februarie, și în martie numărul dosarelor din județul București depășește pragul de 200.

Această evoluție arată o presiune asupra mediului de afaceri și subliniază importanța unei abordări mai atente și preventive în gestionarea activității economice. În acest sens, companiile sunt încurajate să urmărească mai îndeaproape **situația financiară**, să își planifice din timp deciziile și să acorde o **atenție sporită relațiilor comerciale**, astfel încât eventualele dificultăți să poată fi gestionate din timp și cât mai echilibrat.

SITUAȚIA ÎN CAPITALĂ

Platforma de analiză financiară RisCo arată că, în luna martie 2026, în București au fost deschise peste 200 de dosare de insolvență. Raportat la aceeași perioadă din 2025, acest

nivel indică o **creștere de 10%**.

Analizând evoluția primelor luni ale anului 2026 în Capitală, se observă o dinamică diferită de la o lună la alta: în ianuarie s-a înregistrat o creștere de peste 60% față de ianuarie 2025, iar în februarie un avans de 36% comparativ cu aceeași lună a anului anterior. În martie, deși ritmul de creștere este mai redus, volumul dosarelor se menține ridicat, depășind pragul de 200.

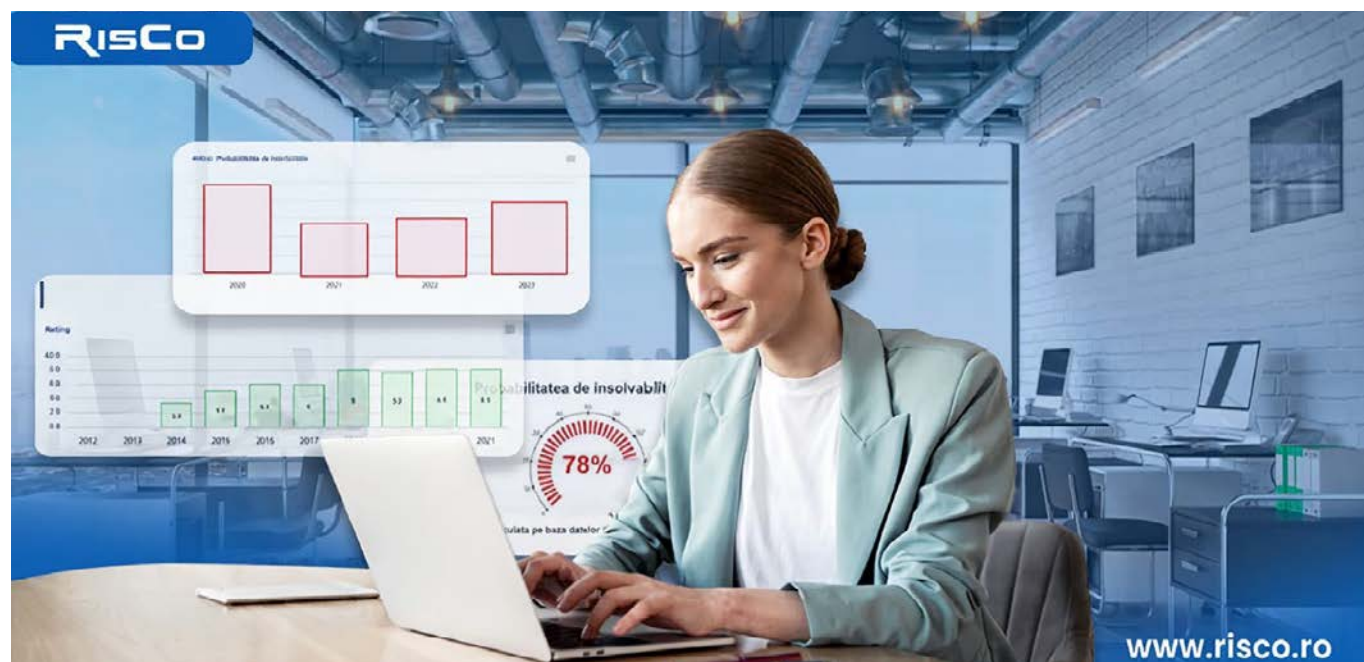
Per ansamblu, aceste date sugerează o perioadă în care mediul de afaceri din București fluctuează. Companiile trebuie să acorde o atenție mai mare asupra planificării și gestionării resurselor pentru a menține un parcurs cât mai stabil. Situația din Capitală evidențiază importanța unei **abordări prudente și preventive în activitatea**

companiilor, cu accent pe planificare, monitorizare financiară și adaptare din timp la eventualele dificultăți.

CIRCA 190.000 DE FIRME AU DEPUȘ DEJA BILANȚURILE PENTRU 2025

Primele luni ale anului 2026 arată o creștere constantă a numărului de firme aflate în dificultate. În același timp, aproximativ **190.000 de firme au depus deja bilanțurile pentru 2025**.

„Presiunea asupra companiilor este în creștere de la o lună la alta: peste 500 de dosare de insolvență în ianuarie, peste 800 în Februarie și peste 1000 în martie. În același timp, suspendările de activitate au crescut cu 16% în primele trei luni ale anului față de



www.risco.ro

aceeași perioadă din 2025, pe fondul scăderii veniturilor, creșterii costurilor și problemelor de cash-flow.

Aproximativ 190.000 de firme au depus deja bilanțurile, înainte de termenul-limită din 30 mai. După această dată, vom putea analiza atât evoluția completă a rezultatelor pe 2025, cât și dinamica pe sectoare, pentru a înțelege mai clar cauzele acestui val de insolvențe și direcția în care se îndreaptă economia” susține Daniela Colnicianu, Director Vânzări în cadrul RisCo

DISTRIBUȚIE PE ȚARĂ MARTIE 2026 - MARTIE 2025

În județul Bihor identificăm o creștere de 134% a dosarelor de insolvență. Dacă în a treia lună din 2025 discutăm de 32 de dosare, în acest an observăm că numărul dosarelor de insolvență a ajuns la 75. Asemenea lunii anterioare, județul Timiș continuă să înregistreze creșteri ale dosarelor de insolvență, numărul acestora fiind de 50 în luna martie 2026. Cele 50 de dosare deschise indică o evoluție de 56%.

Situație similară întâlnim și în Brașov, unde trendul ascendent al deschiderii dosarelor de insolvență indică o majorare de până la 181%. De la 7 dosare în luna martie 2025, la 32 în luna a treia din 2026, județul Maramureș indică o evoluție de până la 357%. Pentru județele Ilfov și Cluj, în luna martie din 2026 vedem că numărul dosarelor de insolvență a ajuns la 57 (în ambele cazuri), ceea ce indică o creștere de 39% în Ilfov, respectiv 36% în Cluj.

Alte județe în care s-au înregistrat creșteri ale dosarelor de insolvență sunt Vrancea, Tulcea, Buzău, Neamț, Galați și Argeș.

Analizând datele de mai sus, observăm că, deși numărul dosarelor de insolvență nu ajunge la niveluri foarte ridicate în toate județele, cu excepția Capitalei, creșterile înregistrate rămân relevante și indică o dinamică în schimbare a mediului de afaceri. Aceste evoluții sugerează

că firmele din România se confruntă cu provocări diferite, în funcție de domeniul de activitate și de contextul în care operează.

Așadar, rapoartele de risc firme pot fi un instrument util pentru o mai bună înțelegere a partenerilor comerciali și a potențialelor vulnerabilități. Accesul la informații actualizate ajută companiile să ia decizii mai informate și să își gestioneze mai eficient relațiile de business, contribuind astfel la o activitate mai stabilă și mai bine planificată.

DE CE SĂ FOLOSEȘTI RAPOARTE DE RISC FIRME ÎN ACTIVITATEA BUSINESS-ULUI TĂU ȘI CUM TE AJUTĂ ACESTEA?

Rapoartele de risc firme sunt instrumente care îți oferă informații despre comportamentul financiar și juridic al partenerilor. Acestea includ analize detaliate privind istoricul de plată, conflictele comerciale, participarea în procese, dar și estimări privind riscul de insolvență. În plus, rapoartele integrează detalii despre structura acționariatului, schimbările din companie și stabilitatea conducerii.

UTILITATEA RAPOARTELOR DE RISC FIRME

- Verifici procesele în instanță, executările și litigiile comerciale - vezi dacă firma are probleme juridice sau indică semne de risc contractual;
- Analizezi structura acționariatului - identifici relațiile dintre firme și persoane cu putere de decizie;
- Descoperi incidentele de plată și comportamentul comercial - vezi istoricul plăților, bilete la ordin refuzate, popririi recurente;
- Estimezi limita de credit & capacitatea de plată și afli ratingul financiar al firmei pe baza activității și rezultatelor financiare anterioare;
- Analizezi competiția - vezi concurenții și poziția firmei în piață

Presiunea asupra companiilor este în creștere de la o lună la alta: peste 500 de dosare de insolvență în ianuarie, peste 800 în februarie și peste 1000 în martie. În același timp, suspendările de activitate au crescut cu 16% în primele trei luni ale anului față de aceeași perioadă din 2025, pe fondul scăderii veniturilor, creșterii costurilor și problemelor de cash-flow.

Rapoartele de risc firme sunt instrumente care îți oferă informații despre comportamentul financiar și juridic al partenerilor. Acestea includ analize detaliate privind istoricul de plată, conflictele comerciale, participarea în procese, dar și estimări privind riscul de insolvență.

- Verifici cota de piață la nivel de județ sau național și înțelegi mai bine dinamica și poziționarea companiei;
- Vezi valoarea firmelor și dacă sunt listate la bursă - beneficiezi rapid o imagine asupra dimensiunii și relevanței financiare.

SCĂDERI ALE DOSARELOR DE INSOLVENȚĂ

Județe care înregistrează scăderi ale dosarelor de insolvență sunt Călărași (-59%), Harghita (-40%), Botoșani și Teleorman (-29%), Bacău (-27%), Alba (-24%), Dâmbovița (-13%), Constanța (-6%).

Aceste variații sugerează că situația firmelor poate fi diferită în funcție de zonă și de domeniul de activitate. Din acest motiv, este recomandat ca firmele să urmărească în mod activ partenerii de business și clienții, folosind instrumente de verificare. Aceste instrumente contribuie la obținerea unei imagini actualizate privind o firmă pentru a putea anticipa din timp eventualele schimbări în relațiile comerciale.

TOP DOMENII ACTIVITATE DUPĂ NUMĂRUL DE DOSARE

- Alte transporturi terestre de călători - creștere 180%
- Cultivarea plantelor nepermanente - creștere 111%
- Comerț cu amanuntul în magazine nespecializate - trend ascendent de până la 107%
- Restaurante - evoluție de până la 95%
- Comerț cu amanuntul al altor bunuri, în magazine specializate - aproximativ 83%
- Lucrări de construcții a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale - creștere 60%
- Lucrări de instalații electrice și tehnico-sanitare și alte lucrări de instalații pentru construcții - circa 47%
- Transporturi rutiere de mărfuri și servicii de mutare - aproximativ 38%

28 de ani de construcție, dialog și impact: Fundația Pentru o Românie Modernă redefinește implicarea în societatea românească

De aproape trei decenii, FUNDAȚIA PENTRU O ROMÂNIE MODERNĂ construiește punți între mediul de afaceri, instituții și societatea civilă, susținând dialogul, educația și implicarea activă în comunitate.



Într-un context în care colaborarea și viziunea pe termen lung devin esențiale pentru progres, Fundația Pentru o Românie Modernă (FPRM) își reafirmă rolul de actor strategic în dezvoltarea societății. În data de **29 Mai 2026, ora 19:30**, organizația aniversează 28 de ani de activitate printr-un eveniment de amploare dedicat partenerilor, liderilor din business și reprezentanților societății civile, care va avea loc la **Lido Theater & Events Restaurant**.

PLATFORMĂ DE DIALOG ȘI INFLUENȚĂ

De-a lungul existenței sale, FPRM a inițiat și susținut dialogul public pe teme sociale, economice și culturale, contribuind activ la conturarea unor direcții relevante pentru dezvoltarea României. Prin promovarea leadershipului și facilitarea colaborării între sectoare, fundația s-a poziționat ca un veritabil catalizator al schimbării. Un rol esențial îl reprezintă implicarea

constantă în consolidarea democrației. De peste 27 de ani, fundația contribuie la transparența proceselor electorale prin acreditarea de observatori, susținând astfel corectitudinea și încrederea în mecanismele democratice.

IMPACT ÎN BUSINESS ȘI SOCIETATE

FPRM s-a remarcat prin inițiative cu impact semnificativ în plan economic, social și

educațional. Prin proiectul „Prezidențial Club ABC”, organizația a facilitat misiuni economice și evenimente de business, creând contexte reale de conectare între mediul antreprenorial și instituțional. Conferințele de prestigiu și dezbaterile tematice organizate de fundație au devenit repere pentru dialogul constructiv între lideri de opinie, contribuind la generarea de idei și soluții pentru provocările actuale.

INVESTIȚIE ÎN VIITOR: EDUCAȚIA

Un pilon strategic al fundației îl reprezintă susținerea educației. Fundația Pentru o Românie Modernă sprijină, de ani buni, elevii care muncesc cu seriozitate și aspiră la performanță. Prin programele sale dedicate tinerilor merituoși, organizația investește nu doar în rezultate academice, ci și în formarea unor caractere solide, bazate pe perseverență, implicare și responsabilitate.

Parteneri de prestigiu sunt alături de Fundație în această muncă pentru identificarea, descoperirea tinerilor care își doresc o carieră de succes.

Parteneriatul încheiat de-a lungul anilor cu Academia de Studii Economice și Universitatea Națională de Știință și Tehnologie Politehnica București sunt dovada vie a implicării FPRM în susținerea tinerilor în mediul academic.

SOLIDARITATE ȘI IMPLICARE UMANĂ

Dincolo de dimensiunea instituțională, Fundația își păstrează angajamentul profund față de comunitate. Acțiunile de binefacere derulate constant aduc sprijin concret celor aflați în dificultate.

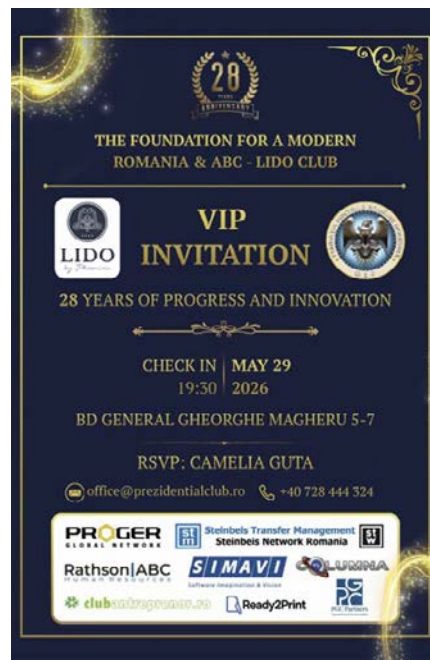
Gesturile voluntarilor FPRM aduc alinare copiilor aflați în afara mediului familial, oferindu-le nu doar sprijin material, ci și atenție, încredere și sentimentul apartenenței.

EVENIMENT ANIVERSAR: UN MOMENT DE REFLECȚIE ȘI PROIECȚIE

Aniversarea din 29 Mai 2026 va reprezenta nu doar o celebrare a realizărilor, ci și o platformă de dialog despre viitor.



Evenimentul găzduit la **Lido Theater & Events Restaurant**, începând cu ora **19:30**, va reuni personalități din mediul de afaceri, instituțional și civic, facilitând schimbul de idei și conturarea unor direcții strategice pentru dezvoltarea României. “Rolul nostru este să construim punți, între idei, oameni și oportunități. În toți acești ani, rămânem dedicați aceleiași misiuni: o Românie modernă, construită prin dialog și acțiune”, a declarat Președintele Fundației, Gabriel-Răsvan Toader.



PRIVIND ÎNAINTE

Cu un parcurs solid și o viziune clară, Fundația Pentru o Românie Modernă continuă să fie un reper în peisajul non-profit. Aniversarea de 28 de ani marchează nu doar un moment de bilanț, ci și începutul unui nou capitol, definit de extinderea impactului și consolidarea parteneriatelor strategice.

Într-o societate în continuă transformare, FPRM rămâne un exemplu de implicare responsabilă și leadership autentic.

FUNDAȚIA PENTRU O ROMÂNIE MODERNĂ susține scena de jazz din România prin sponsorizarea seriilor de concerte din cadrul Jazz 4 You Awards 2026

Într-un context în care industriile creative devin tot mai importante pentru dezvoltarea economică și culturală a României, sprijinul oferit de mediul instituțional și privat pentru evenimentele artistice capătă o relevanță strategică. Fundația pentru o Românie Modernă (FPRM) își consolidează acest rol prin sponsorizarea unei serii de concerte de jazz în cadrul Festivalului Jazz 4 You Awards 2026, unul dintre evenimentele emergente dedicate promovării jazzului contemporan și a noilor talente muzicale.

INVESTIȚIE ÎN CULTURĂ, INVESTIȚIE ÎN ECONOMIE CREATIVĂ

Prin implicarea în Jazz 4 You Awards 2026, FPRM își reafirmă angajamentul față de susținerea industriilor culturale, într-un moment în care acestea contribuie semnificativ la diversificarea economiei și la creșterea atractivității urbane. Sponsorizarea seriilor de jazz nu reprezintă doar un gest de mecenat cultural, ci și o investiție în capitalul creativ și în ecosistemul de evenimente live, care generează valoare adăugată prin turism cultural, consum local și vizibilitate internațională. Seriile de concerte susținute de FPRM în cadrul festivalului vor reuni artiști consacrați și tineri muzicieni, oferind un spațiu de dialog artistic între generații și stiluri. Această abordare contribuie la consolidarea unei scene de jazz dinamice și competitive la nivel regional.



JAZZ 4 YOU AWARDS 2026 – PLATFORMĂ PENTRU EXCELENȚĂ ARTISTICĂ

Jazz 4 You Awards 2026 se conturează ca o platformă de referință pentru promovarea jazzului în România și Europa de Est. Festivalul își propune nu doar să premieze excelența artistică, ci și să creeze oportunități reale pentru artiști emergenți, prin expunere, networking și colaborări internaționale.

În acest context, implicarea FPRM adaugă un plus de consistență programului artistic, susținând producția de concerte de calitate și facilitând accesul publicului larg la experiențe muzicale premium. Din perspectiva business, astfel de parteneriate între organizații și evenimente culturale generează efecte multiple. Pe de o parte, contribuie la dezvoltarea brandului de angajator și la consolidarea imaginii

instituționale a sponsorului. Pe de altă parte, stimulează economia locală prin atragerea de public, creșterea consumului în industria ospitalității și dezvoltarea turismului de eveniment.

În plus, asocierea cu un festival de jazz poziționează FPRM într-un registru al responsabilității sociale și al implicării în comunitate, aspect tot mai valorizat în strategiile moderne de comunicare corporate.

CONCLUZIE

Sponsorizarea seriilor de jazz din cadrul Jazz 4 You Awards 2026 confirmă tendința tot mai vizibilă a mediului instituțional și de afaceri de a investi în cultură ca motor de dezvoltare. Prin acest parteneriat, FPRM contribuie nu doar la susținerea artei muzicale, ci și la consolidarea unei economii creative sustenabile, conectate la tendințele europene.

Participarea activă a membrilor Club ABC la Forumul Trilateral Bulgaria–Turcia–România: consolidarea dialogului economic regional

Într-un context economic regional marcat de accelerarea schimburilor comerciale și de nevoia tot mai mare de cooperare transfrontalieră, membrii Club ABC au participat activ la Forumul Trilateral Bulgaria-Turcia-România de la Burgas, un eveniment dedicat consolidării relațiilor economice și identificării de noi oportunități de investiții în zona Mării Negre și a Balcanilor.

Evenimentul a reunit reprezentanți ai mediului de afaceri, organizații comerciale, investitori și factori de decizie din cele trei țări, oferind o platformă solidă pentru

dialog strategic și networking de nivel înalt. Participarea Club ABC a evidențiat angajamentul organizației de a susține internaționalizarea companiilor membre și de a facilita accesul acestora la piețe din regiune. Reprezentanții clubului au avut intervenții în cadrul sesiunilor de discuții, punând accent pe importanța parteneriatelor durabile și a colaborării economice trilaterale.

Discuțiile au vizat domenii cheie precum infrastructura, logistica, energia, digitalizarea și comerțul transfrontalier, subliniind complementaritatea economică

dintre Bulgaria, Turcia și România.

Un alt punct central al forumului l-a reprezentat identificarea de noi mecanisme de colaborare între mediul privat și instituțiile publice, cu scopul de a reduce barierele administrative și de a stimula investițiile reciproce.

Pentru Club ABC, participarea la acest forum reprezintă încă un pas strategic în consolidarea poziției sale ca facilitator de business networking regional și internațional, contribuind activ la dezvoltarea unui ecosistem economic conectat și competitiv.



Club ABC și Ambasada Indiei facilitează dialogul economic România-India pentru atragerea de investiții în România

Într-un context economic global marcat de reconfigurarea lanțurilor de aprovizionare și de căutarea unor noi piețe emergente, Club ABC, în parteneriat cu Ambasada Indiei în România, a organizat o întâlnire strategică dedicată mediului de afaceri român și indian, cu obiectivul de a stimula investițiile indiene în economia românească.

Evenimentul a reunit antreprenori, investitori, reprezentanți ai companiilor din sectoare cheie precum IT&C, energie, infrastructură, industrie farmaceutică și servicii financiare, alături de oficiali diplomați și experți în dezvoltare economică. Discuțiile au vizat identificarea de oportunități concrete de colaborare bilaterală, precum și modalități de facilitare a accesului capitalului indian pe piața din România.

Reprezentanții Club ABC au subliniat rolul

platformelor de networking economic în crearea de punți între mediile de afaceri internaționale, evidențiind potențialul semnificativ al relației economice România-India. În prezent, India este una dintre economiile cu cea mai rapidă creștere la nivel global, iar interesul investitorilor indieni pentru Europa Centrală și de Est este în creștere constantă.

Ambasada Indiei în România a evidențiat deschiderea mediului de afaceri indian către parteneriate strategice în Uniunea Europeană, România fiind considerată o destinație atractivă datorită poziției geografice, costurilor competitive și accesului la piața unică europeană. Totodată, au fost prezentate exemple de companii indiene deja active în Europa care își extind operațiunile în regiune.

În cadrul întâlnirii au fost abordate teme

precum digitalizarea serviciilor publice și private, investițiile în infrastructură verde, dezvoltarea centrelor de servicii IT și oportunitățile din sectorul manufacturier. Participanții au discutat și despre necesitatea simplificării procedurilor administrative și consolidării cadrului legislativ pentru a încuraja investițiile străine directe. Evenimentul s-a încheiat cu stabilirea unor direcții de colaborare viitoare, inclusiv organizarea unor misiuni economice reciproce și crearea unui grup de lucru bilateral care să faciliteze identificarea de proiecte concrete de investiții. Prin această inițiativă, Club ABC își consolidează rolul de catalizator al dialogului economic internațional, contribuind la poziționarea României ca destinație competitivă pentru capitalul străin, în special din piețe dinamice precum India.

Club ABC marchează prezența la seara aniversară dedicată Zilei Naționale a Greciei

Club ABC și-a consolidat poziția de partener activ în cadrul evenimentelor culturale și de networking internațional prin participarea la seara aniversară organizată cu ocazia Zilei Naționale a Greciei, organizată într-un cadru special la Ateneul Român. Evenimentul a reunit reprezentanți ai mediului de afaceri, diplomați, antreprenori și invitați din zona culturală, oferind un cadru elegant pentru dialog și colaborare.

Participarea Club ABC la această celebrare a subliniat angajamentul organizației de a susține inițiativele care promovează schimbul intercultural și consolidarea relațiilor economice bilaterale. În cadrul seriei, Club ABC a fost prezent prin reprezentanții săi care au interacționat cu invitații și au evidențiat deschiderea

clubului către parteneriate internaționale. Evenimentul a inclus momente oficiale dedicate Zilei Naționale a Greciei, discursuri susținute de invitați de onoare, precum și sesiuni de networking, concert, unde participanții au discutat oportunități de colaborare în domenii diverse, de la turism și ospitalitate, până la investiții și servicii profesionale.

Prezența Club ABC, a Președintelui Răsvan Toader, a fost remarcată ca parte a unui demers strategic de poziționare în ecosistemul de business regional, punând accent pe relații durabile și pe implicarea în evenimente cu relevanță diplomatică și economică.

Prin această participare, Club ABC își reafirmă rolul de promotor al conexiunilor



de business și al inițiativelor care aduc împreună comunități internaționale, contribuind la dezvoltarea unui mediu de afaceri dinamic și conectat la nivel global.


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.

Stand-Up Networking: de la simplu networking la experiențe care te pun pe scenă



În ultimii ani, evenimentele de business au evoluat. Avem mai multe conferințe, mai multe paneluri, mai mult networking. Și totuși, o întrebare rămâne: **câți dintre oamenii care urcă pe scenă reușesc cu adevărat să transmită ceva?**

Pentru că diferența dintre a vorbi și a fi ascultat este, de multe ori, mai mare decât ne place să credem.

Din această realitate s-a născut **Stand-Up Networking**, un concept creat de **Crina Diculescu**, fondator **Dynamic Business Connections**. Nu ca un simplu eveniment, ci ca un răspuns la o nevoie reală: aceea de a

crea contexte în care oamenii nu doar vorbesc despre businessul lor, ci reușesc să fie auziți.

Stand-Up Networking nu este o conferință clasică. Nu este un panel și nici un networking formal. Este un format hibrid, construit la intersecția dintre business, public speaking și experiență live.

Participanții care aleg să urce pe scenă trec printr-un proces de pregătire care include:

- structurarea mesajului;
- dicție și claritate;
- limbaj corporal și prezență scenică;
- gestionarea emoțiilor;

– elemente de improvizație și expresivitate. Pentru că, în realitate, nu este suficient să ai un business bun. Trebuie să știi să îl spui într-un mod care ajunge la oameni.

În primele 6 ediții, Stand-Up Networking a adus pe scenă peste 50 de antreprenori, freelanceri și profesioniști care au avut curajul să iasă din zona de confort. Fiecare ediție a adunat aproximativ 100 de participanți în sală, creând un mix rar: un public activ, atent, implicat, nu doar prezent.

În timp, evenimentul a evoluat organic, adăugând elemente care îl diferențiază:





- **Bingo Networking**, un format interactiv care transformă conexiunile în experiențe reale;
- momente de improvizație și interacțiune;
- o atmosferă care combină energia de spectacol cu relevanța de business.

Rezultatul? Un eveniment în care oamenii nu doar participă, ci își amintesc.

Unul dintre elementele-cheie ale conceptului este colaborarea cu **Teodor Ghiță**, actor și regizor, care aduce în acest format disciplina și tehnica scenei.

Sub coordonarea sa, participanții nu învață doar să „țină un speech”, ci să fie prezenți. Să transmită. Să creeze conexiune.

Pentru mulți dintre ei, această experiență devine un punct de cotitură: momentul în care trec de la emoție la control și de la nesiguranță la claritate.

Stand-Up Networking face parte din ecosistemul **Dynamic Business Connections (DBC)**, o platformă construită în jurul ideii că networkingul nu înseamnă expunere, ci context.

De-a lungul timpului, DBC a organizat sute de evenimente și a creat cadre în care

antreprenorii și profesioniștii se pot conecta autentic, pot învăța și pot crește împreună. Stand-Up Networking este, poate, una dintre cele mai relevante expresii ale acestei filozofii: un eveniment în care conexiunile nu se bazează pe cărți de vizită, ci pe experiențe trăite împreună.

Stand-Up Networking nu este doar despre cele câteva minute pe scenă. Este despre un proces care schimbă modul în care participanții se prezintă în business, în întâlniri, în pitch-uri sau în orice context în care comunicarea contează.

Beneficiile sunt concrete:

- mai multă claritate în mesaj;
- creșterea încrederii în sine;
- o prezență mai puternică în fața publicului;
- vizibilitate într-un context relevant;
- conexiuni reale, nu superficiale.

Într-o piață în care atenția este limitată, abilitatea de a comunica eficient devine un avantaj competitiv.

Stand-Up Networking nu este doar un eveniment, ci o platformă de vizibilitate autentică.

Brandurile care aleg să se asocieze cu acest concept nu beneficiază doar de expunere, ci de integrare într-un context relevant, unde:

- publicul este format din antreprenori și profesioniști activi;
 - interacțiunea este reală, nu formală;
 - mesajele sunt trăite, nu doar afișate.
- Este diferența dintre a fi prezent și a fi parte din experiență.

Următoarea ediție Stand-Up Networking va avea loc pe **19 mai 2026** și promite să ducă experiența la un nou nivel.

Cu un format deja validat, cu o comunitate în creștere și cu o nevoie tot mai clară în piață, evenimentul continuă să atragă oameni care nu mai vor doar să fie prezenți, ci să fie văzuți și auziți.

Pentru cei care doresc să participe din sală, înscrierile sunt disponibile pe:

www.dynamic-connections.eu

Într-o lume în care toată lumea vorbește, diferența o fac cei care reușesc să transmită.

Stand-Up Networking nu oferă doar o scenă. Oferă contextul în care vocea ta poate fi auzită — și ținută minte.



Abonament anual (12 luni) la Club Antreprenor

Vă propunem un abonament anual integrat la publicația Club Antreprenor, care include următoarele **beneficii**:

- Un articol / lună (1×12) 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, în București și în marile orașe ale țării. Aveți și acces la prezentările vorbitorilor și la înregistrarea video integrală a conferințelor și a Galelor.

Preț Abonament 12 luni: 3.000 lei + TVA

Revista Club Antreprenor și ziarulpozitiv.ro – Planificare evenimente 2026

19 februarie 2026: **Impactul fiscalității asupra antreprenorilor**, Ediția a IV-a

19 februarie 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 27

24 februarie 2026: **Forumul antreprenorilor din turism și HoReCa**, ediția a III-a și **lansarea unui site axat pe turism și HoReCa**

27 februarie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Timiș – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

24 martie 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 28

26 martie 2026: **Forumul de francize și antreprenoriat**, ediția a II-a & **Expo Francize 2026 (la INS)**

07 aprilie 2026: **Acces la Capital – Finanțare pentru Antreprenori**

21 aprilie 2026: **Forumul diplomației comerciale și al exportatorilor**, Ediția a V-a

21 aprilie 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 29

24 aprilie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Brașov – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

05 mai 2026: **Antreprenori în vremuri tulburi**

12 mai 2026: **Cum reducem fenomenul contrafacărilor?**, Ediția a VI-a

15 mai 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Sibiu – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

19 mai 2026: **Forumul antreprenorilor din construcții și imobiliare**, Ediția a III-a

19 mai 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 30

26 mai 2026: **Eveniment axat pe branding și protejarea mărcilor**

26 mai 2026: **Gala Ziarul Pozitiv**, Ediția a III-a

5 iunie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Dolj – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

17 iunie 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 31

19 iunie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Bihor – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

23 iunie 2026: **Future Energy Europe Summit**, Ediția a VI-a

10 iulie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Constanța – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

17 septembrie 2026 – **ESG – noua moralitate de business**, Ediția a III-a

22 septembrie 2026 – **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 32

9 octombrie 2026 – **Pilonii de dezvoltare ai județului Cluj – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

15 octombrie 2026: **Criminalitatea cibernetică în perioada digitalizării economiei și în vreme de război**, Ediția a V-a

20 octombrie 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 33

23 octombrie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Iași – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

28 octombrie 2026: **Forumul de management și reciclare a deșeurilor**, Ediția a VI-a

30 octombrie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Galați – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

06 noiembrie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Dâmbovița – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

12 noiembrie 2026: **Forumul național al pieței de suplimente alimentare**, Ediția a II-a

19 noiembrie 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 34

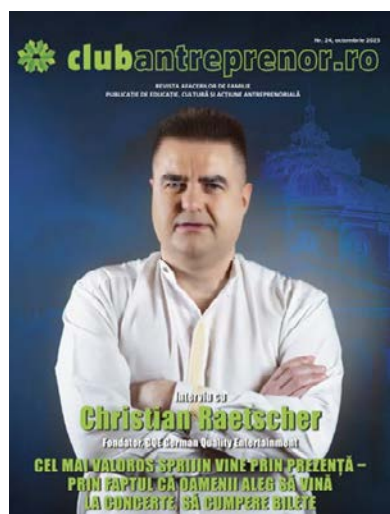
4 decembrie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Argeș – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

11 decembrie 2026: **Pilonii de dezvoltare ai județului Mureș – mediul de afaceri, autoritățile locale, sistemul universitar și învățământul profesional dual**

17 decembrie 2026: **Gala Club Antreprenor**, Ediția Nr. 35

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. De asemenea, deținem site-ul clubantreprenor.ro (cu peste 50.000 de cititori unici lunar și domain rating 53). 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: afaceri de familie, construcții, achiziții publice, concurență, deșeuri / mediu, exporturi, transporturi și infrastructură, energie, fiscalitate, agricultură, medicină și farmacie, proprietate intelectuală, criminalitate cibernetică, turism, insolvență, etc.



FORUMUL DE FRANCIZE ȘI ANTREPRENORIAS
 EDIȚIA A II-A
EXPO FRANCIZE 2026

PARTENERI & EXPOZANȚI

AGORA, 5 ANI, GUINOT INSTITUT - PARIS, rezo. agency, 10 ANI DE ARHIVATĂ, TRANSFER BUSINESS, CCIB, cumpara, logiscool

PARTENERI MEDIA

JungleUpAracem, CURIERUL NATIONAL, INFORMATECA, ClubEconomic, AGROTECA, ZIARUL POZITIV, ECONOMISTUL, ROMANIA BUSINESS, IUBESCO TURISMUL, money buzz, BC BUSINESS CATALOG

26 martie 2026 | Institutul Național de Statistică

Forumul de francize și antreprenoriat contribuie la maturizarea pieței francizei și la educarea antreprenorilor

Institutul Național de Statistică a găzduit joi, 26 martie 2026, a doua ediție a Forumului de francize și antreprenoriat, eveniment

organizat de Club Antreprenor, CMVLaw by Mihaela Mocanu și BaF – Biroul de Afaceri în Franciză, cu participarea IREF (Federația

Rețelelor Europene de Franciză și Parteneriat) și cu sprijinul Camerei de Comerț și Industrie București.



Dr. Mihaela Mocanu, avocat specializat în franciză, autor al cărții Franciza, francizarea. Ghid practic



Daniela Bădilă, Director general, Consiliului Concurenței

Inițiativă privată, Forumul de francize și antreprenariat este un demers de profesionalizare a pieței de franciză, inclusiv prin împărtășirea cunoștințelor și experiențelor pe care francizorii și francizații le-au acumulat în cadrul relațiilor de franciză. Înțelegerea și aplicarea întocmai a bunelor practici este esențială pentru stabilitatea și durabilitatea rețelelor de franciză. Pentru acest motiv, prezența reglementatorului pieței de franciză, CC, Consiliul Concurenței este salutară.

Ediția a doua a Forumului a beneficiat de prezența celui mai longeviv practician al francizei din Europa, domnul **Michel Kahn**, consultant în domeniul francizei de peste 50 de ani și autor al volumului *Franchise et partenariat*, ajuns la a opta ediție; acesta fiind și primul volum scris în Franța despre franciză.

Evenimentul s-a desfășurat pe parcursul întregii zile, dezbaterile fiind împărțite în trei sesiuni tematice: **Francizele - motor al dezvoltării antreprenoriatului în România și în Uniunea Europeană, Provocările francizorilor în anul 2026, Soluții eficiente pentru expansiunea francizelor**. Intercalate între dezbateri, pauzele au fost dedicate vizitării expozanților și discuțiilor private, dându-le participanților ocazia să interacționeze direct cu organizatorii și cu vorbitorii- reprezentanți ai francizelor. **Dr. Mihaela Mocanu**, avocat specializat în franciză, autor al cărții *Franciza, francizarea. Ghid practic*, ajunsă la ediția a





Luca Drăgan, managing partner la BaF – Biroul de Afaceri în Franciză

treia, a moderat dezbatere. În cuvântul său de deschidere **Mihaela Mocanu** a subliniat că „forumul nostru este un eveniment educațional, o platformă a schimbului de idei, a schimbului de experiență, care îi învață pe antreprenori cum să apeleze la franciză, în așa fel încât să obțină succesul în afaceri”.

În deschiderea **Forumului de francize și antreprenoriat** a vorbit reprezentantul **Consiliului Concurenței**, doamna Director general **Daniela Bădilă**, care a subliniat că franciza este reglementată de un regulament european care are aplicabilitate directă și în România, și care nu este preluat prin reglementări interne. Doamna **Daniela Bădilă** a subliniat care sunt cele mai importante restricții severe impuse contractelor de franciză și a dat informații despre cazurile de franciză care sunt în prezent supuse investigațiilor de către Consiliul Concurenței că instituția are în analiză patru cazuri vizând acordurile de franciză, care încă nu sunt finalizate.

Luca Drăgan, consultant cu peste 25 de ani în franciză (**Biroul de Afaceri în Franciză**) și co-organizator al celei de a doua ediții a Forumului, a declarat că în România există în jur de 300 de rețele de franciză. „În România, sunt în jur de 300 de rețele de francize în dezvoltare. **Luca Drăgan** este și reprezentantul IREF (Federația Rețelelor Europene de Franciză și Parteneriat) în România. În premieră, Luca Drăgan a anunțat pregătirea **Premiilor Francizei Române**, eveniment programat a avea loc



Michel Kahn, președintele Federației Rețelelor Europene de Franciză și Parteneriat (IREF)



În luna **decembrie 2026**.

Keynote speaker al **Formului de francize și antreprenoriat** a fost domnul **Michel Kahn**, președintele Federației Rețelelor Europene de Franciză și Parteneriat (IREF), care a arătat ce este franciza, de la originea sa: „franciza e născută în Franța, în cultura franco-romană, nu cea anglo-saxonă, pentru că nu sunt exact aceleași ‘francize’. Ceea ce noi denumim ‘franciză’, nord-americani o numesc ‘business model franchise’. Ceea ce americanii numesc ‘franchising’, noi numim parteneriat”, a precizat **Michel Kahn**. Cifrele enunțate de **Michel Kahn** pentru spațiul francez sunt impresionante: peste 3.800 de francize care au împreună 280.000 de întreprinderi afiliate și care reprezintă 1,95 milioane de locuri de muncă. Contractele de franciză reprezintă 5,3 miliarde de euro”. În încheierea primei sesiuni a **Formului de francize și antreprenoriat**, reprezentantul Camerei de Comerț și Industrie București (CCIB), domnul **Robert Barbu** a transmis mesajul de susținere al CCIB cu privire la acest tip de parteneriat (franciza -n.n.), încurajându-i pe antreprenori să apeleze la francizare. În încheierea alocuțiunii sale Robert Barbu a declarat că CCIB susține propunerea organizatorilor de a realiza un eveniment comun - Premiile Francizei Române.

Sesiunea a doua a Forumului - **Provocările francizorilor în anul 2026** a debutat cu intervenția unui antreprenor dinamic, cunoscut și apreciat în mediul de afaceri, domnul **Radu Savopol**. Fondator al lanțului



Robert Barbu, șef serviciu activități camerale din cadrul Camerei de Comerț și Industrie București (CCIB)



Radu Savopol, Fondatorul lanțului de cafelele 5 to go





Cristina Vărzaru, Director rețea ATM, Bitcoin România

de cafenele **5 to go** și președintele Organizației Patronale a Hotelurilor și Restaurantelor din România (HORA) Radu Savopol a vorbit despre importanța primului francizat al rețelei **5 to go**. **Radu Savopol** a mai vorbit despre candidatul-francizat și profilul acestuia, precum și despre provocările internaționalizării francizei, unde comportamentul de consum poate fi cu mult diferit. De asemenea, fondatorul **5 to go** a subliniat importanța întâlnirilor membrilor rețelei: fiind o rețea mare, sute de francizați se întâlnesc pentru a schimba de experiență.

Doamna **Cristina Vărzaru**, *director rețea ATM, Bitcoin România* a vorbit despre criptomonede, pentru care interesul românilor este în continua creștere. În prezent, rețeaua Bitcoin România numără 104 ATM-uri, amplasate în orașe mari precum București, Cluj-Napoca, Timișoara, Iași sau Brașov, dar și în alte județe, unde interesul pentru criptomonede este în creștere. „Un moment important pentru extinderea rețelei a fost parteneriatul strategic semnat anul trecut cu Poșta Română. Suntem singura companie din Europa care a încheiat un astfel de parteneriat cu o instituție de stat, ceea ce ne permite să extindem accesul la criptomonede și în locații oficiale, sporind în același timp încrederea publicului”.

Luisiana Dobrinescu, avocat, doctor în fiscalitate, *Managing Partner, Dobrinescu Dobrev* a avut o prezentare în care a punctat o serie de capcane fiscale și a



Luisiana Dobrinescu, avocat, doctor în fiscalitate, Managing Partner, Dobrinescu Dobrev



insistat asupra analizării cu atenție - în cazul francizelor internaționale - a locului/statului unde se plătește impozitul. **„Fiscul român este foarte formalist, atenție la draftul de contract de franciză, atenție când se face plata unei facturi, se solicită tot algoritmul, tot mecanismul de emiteră a facturii, inclusiv anexele cu modalitatea de calcul”** a precizat specialistul în fiscalitate, dr. Lusia Dobrinescu, avocat.

Maria Drăgulin, un profesionist cu vastă experiență în domeniul hotelier, **Accor Development Director for Premium, Midscale, Eco brands in South-Eastern Europe** a prezentat anvergura grupului hotelier francez Accor, înființat în 1967, care în România în prezent integrează 25 de hoteluri acare folosesc brandul (primul fiind în 1994, sub marca Sofitel). **Maria Drăgulin** a mai spus că rețeaua Accor este în plină dezvoltare, cu 40 de contracte în *pipeline* și a explicat că francizele hoteliere vin cu o procedură integrată, fiind o soluție la cheie, însoțită de avantajele colaborării cu rețele eficiente de rezervări, marketing, achiziție, proceduri de lucru și statistici despre competitorii din regiune.

Cea de-a treia sesiune a Forumului de francize și antreprenoriat - Soluții eficiente pentru expansiunea francizelor a fost dedicată **exclusiv francizorilor**, care au fost invitați să împărtășească din experiența lor de business. În deschiderea sesiunii a vorbit **Nicolae Palea**, fondator al rețelei **Pizza de Nico** o franciză originată în Franța, în regiunea orașului Strasbourg. De la un prim



Maria Drăgulin, Accor Development Director for Premium, Midscale, Eco brands in South-Eastern Europe



Nicolae Palea, fondator rețeaua Pizza de Nico





Dr. Mihaela Mocanu, avocat specializat în franciză



Ionuț Plopeanu, Manager General, Logiscool România

punct de vânzare, cu servire stradală - având fler (pentru identificarea spațiului) și noroc - după cum a spus, cu umor, **Nico Palea**, în prezent rețeaua are 17 francizați și 31 de pizzerii, unii dintre francizați având mai multe restaurante. Fondatorul a menționat că aproximativ 35% din venituri provin din livrări. Întrebat care este punctul cheie de vânzare, Nico Palea a spus că este calitatea ingredientelor, care sunt doar din Franța și din Italia, fără conservanți și aditivi, că pizza este mare și are un preț imbatabil. **Nicolae Palea** a vorbit și despre dinamica din rețeaua de franciză **Pizza de Nico**, ai cărei francizați aleg la fiecare doi ani 7 membri în Consiliul francizaților - un organism care stabilește direcțiile de acțiune.

În continuare, **Florin Cuc**, fondator și președinte, a vorbit despre un business de viitor și longeviv, având 80 de angajați, care funcționează cu depozite de arhivă la Câmpia-Turzii (județul Cluj), la București și la Timișoara - **Arhivatorul**. El a prezentat beneficiile clienților care colaborează cu Arhivatorul - soluții eficiente de arhivare, personalizate în funcție de nevoile firmei respective, de la servicii arhivare documente în depozite fizice și până la retro digitizare sau arhivare electronică. „Francizatul nostru nu trebuie să se grăbească, este un business pe termen lung. Arhiva fizică este marfa care aduce cea mai mare valoare din depozitare. Un metru pătrat de depozit, înalt de 12-13 metri ne

poate aduce de 10 ori valoarea închirierii”, a mai precizat **Florin Cuc**.

Ionuț Plopeanu, manager general al **Logiscool România**, o franciză prezentă de opt ani în România, care are în București 10 centre, iar în orașele mari, în general câte două, a expus ideea de business: „educăm copiii digital, de la clasa 0, până pe clasa a XII-a. Instructorii sunt toți studenți. Avem circa 10.000 de elevi, în toată țara. Avem aproximativ 30 de traineri, majoritatea fiind studenți, cu jumătate de normă. Copiii devin mai autonomi, dar în același timp se învață să lucreze în echipă. De asemenea, copiii învață că este OK să greșești. Noi încurajăm greșeala, pentru că așa se învață. Abordarea noastră bazată pe proiecte transformă programarea, inteligența artificială și alfabetizarea digitală în activități captivante și eficiente, prin exerciții aplicate și proiecte practice. Suntem alături de francizați, îi ajutăm pe aceștia să implementeze know-how-ul procesului de recrutare a trainerilor. Ei trebuie să comunice foarte bine cu părinții și directorii de școli, să aibă partea de antreprenoriat și dezvoltare și puțin curaj”.

În finalul sesiunii a vorbit reprezentanta brandului **Guinot**, doamna **Cezarina Stamate**, Director dezvoltare franciză. Originară din Franța, franciza **Guinot** a debutat în 1972 și a devenit lider în domeniul saloanelor de înfrumusețare, prin conceperea unor aparate și produse



Florin Cuc, Fondator și Președinte, Arhivatorul

inovatoare, brevetate, cu ajutorul cărora se pot efectua proceduri de tratament avangardiste de îngrijire a pielii bazate pe tehnologii de ultimă generație. **Cezarina Stamate** a dat detalii despre relația cu potențialii francizații, cărora le oferă sprijin inclusiv pentru identificarea locației, negocierea cu proprietarul locației pentru a obține condiții foarte bune pe timpul duratei contractuale, vânzări, soft de management; apoi le oferă cursurile de pregătire profesională. Primul francizat al **Guinot** este de la Constanța, foarte bine poziționat pe Bulevardul Tomis. Participanții la Forumul de francize și antreprenariat au avut ocazia de a vizita standurile expozanților, de a se cunoaște direct și de a interacționa cu practicienii și specialiștii francizei, capabili să îi îndrume pentru realizarea unei francize viabile. Tombola a fost un eveniment inedit, care a oferit norocoșilor câștigători sesiuni de consiliere cu cei doi specialiști ai francizei: **dr. Mihaela Mocanu, avocat și Luca Drăgan, consultant de business**. În finalul Forumului de francize și antreprenariat, participanții au putut discuta relaxat în fața standului de vin spumant **Schlumberger**. **Parteneri și expozanți:** CCIB, 5 to go Bitcoin România, Arhivatorul, Logiscool România, Accor, Guinot, Transfer Business, Reea Agency, Cumpăna. **Parteneri Media:** Ziarul Pozitiv, Business Catalog, Iubesc Turismul, Jurnalul de Afaceri, Club Economic, Curierul Național, Economistul, Informateca, Agroteca, Money Buzz, România Durabilă.



Piața asigurărilor din România a ajuns la un volum al primelor brute subscrise de 25,8 miliarde lei în 2025

Piața asigurărilor din România a continuat să crească în anul 2025, într-un ritm solid, susținut de avansul subscrierilor și de consolidarea indicatorilor financiari, în pofida unui context economic încă marcat de presiuni inflaționiste și incertitudini, informează Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF).

Printre evenimentele semnificative ale anului s-au numărat încetarea măsurii plafonării tarifelor RCA, dar și interzicerea de a subscrie noi contracte pe teritoriul României pentru o societate de asigurări care opera în virtutea libertății de a presta servicii (FoS – Freedom of Services), începând cu 1 iulie 2025.

Din perspectiva solidității financiare, indicatorii de solvabilitate au rămas la niveluri confortabile, ratele SCR și MCR fiind supraunitare și în ușoară creștere față de anul anterior. În ceea ce privește indicatorul de lichiditate pentru asigurările generale, acesta s-a situat la 2,95, în timp ce pentru asigurările de viață a fost de 3,6, ambele valori indicând o capacitate adecvată de acoperire a obligațiilor la nivelul pieței asigurărilor.

Volumul total al activității de subscriere, inclusiv sucursalele, a atins aproximativ 25,8 miliarde lei, în creștere cu 10% față de anul anterior, dinamica fiind susținută în principal de avansul de 11% al societăților autorizate de ASF, în timp ce sucursalele au consemnat o creștere de 7%.

Segmentul asigurărilor generale a rămas dominant, cu o pondere de 80% din totalul primelor brute subscrise. În acest context, asigurările RCA au continuat să joace un rol central, volumul primelor aferente acestui segment ajungând la aproximativ 10,9 miliarde lei, în creștere cu 9% față de 2024. Pe partea de despăgubiri, volumul total al



indemnizațiilor brute plătite s-a situat la circa 12,3 miliarde lei, în creștere cu 16%, reflectând atât dinamica portofoliilor, cât și presiunile din zona daunelor, în special pe segmentul asigurărilor generale, care concentrează 83% din totalul plăților. Rezervele tehnice, calculate conform regimului Solvabilitate II, au atins circa 27 miliarde lei, în creștere cu 22%, evoluție susținută atât de segmentul asigurărilor generale, cât și de cel al asigurărilor de viață.

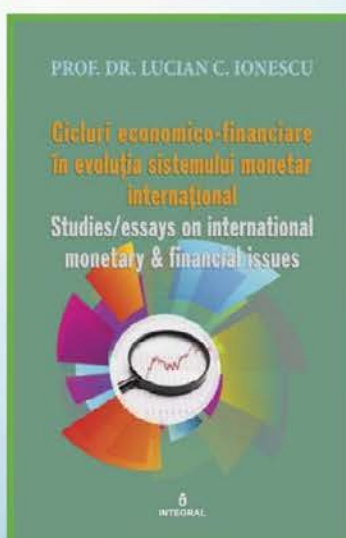
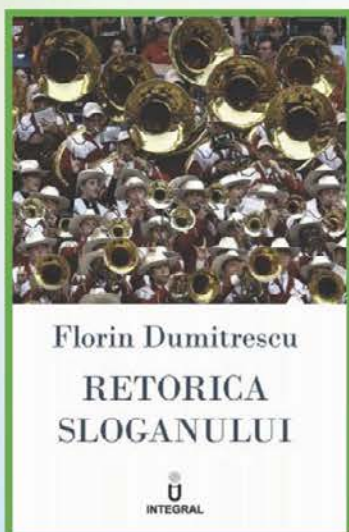
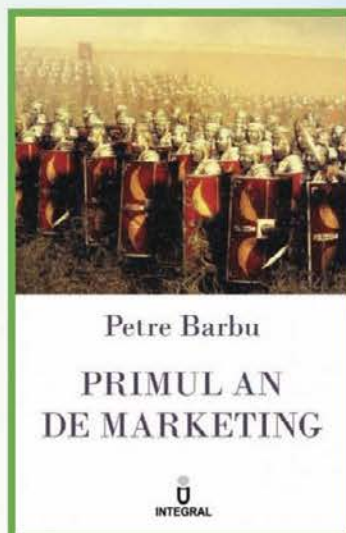
Portofoliul investițional al societăților de asigurare a continuat să se aprecieze, valoarea totală a investițiilor ajungând la 38,5 miliarde lei, în creștere cu 19% față de finalul lui 2024. Structura acestuia a rămas conservatoare, dominată de instrumente cu venit fix, în special obligațiuni guvernamentale, care dețin o pondere de

aproximativ 62,4% din total.

Distribuția produselor de asigurare a rămas puternic dependentă de brokeri, care au intermediat aproximativ 68% din volumul total al primelor brute subscrise, respectiv 17,6 miliarde lei, în creștere cu 9%. Gradul de intermediere se menține ridicat pe segmentul asigurărilor generale, la 82%, în timp ce pentru asigurările de viață rămâne semnificativ mai redus, la 13%.

În ansamblu, evoluția din 2025 conturează o piață a asigurărilor aflată într-un proces de creștere și de consolidare, caracterizat de o cerere stabilă pentru produsele de protecție și de o structură investițională prudentă. La finalul anului, 24 de societăți erau autorizate de Autoritatea de Supraveghere Financiară să desfășoare activitate de asigurări, alături de 15 sucursale care operau în baza dreptului de stabilire (FoE).

BIBLIOTECA ANTREPRENORULUI



Infinexa: CERTINVEST a intrat în insolvență și se pregătește de restructurare

Societatea de administrare a investițiilor SC Certinvest Management Solutions SA a intrat sub protecția Legii 85/2014 privind procedura insolvenței, în urma cererilor depuse de mai mulți creditori în acest sens. Prin hotărârea pronunțată, Tribunalul București desemnează compania Infinexa drept administrator judiciar al Certinvest. „Am preluat un mandat cu un profil distinct, fiindcă Certinvest nu desfășoară activitate operațională proprie, iar valoarea companiei rezidă în portofoliul său de participatii și active din clase diferite, fiecare cu propriul profil de activitate. Obiectivul nostru principal este să protejăm această valoare și să construim un plan de restructurare pe care creditorii să îl poată susține. În același timp, înțelegem că în spatele acestor cifre sunt oameni care și-au pierdut încrederea și, în multe cazuri, economii importante. De aceea, mandatul nostru nu înseamnă doar maximizarea recuperărilor, ci și clarificarea completă și transparentă a modului în care au fost utilizate fondurile și luate deciziile în trecut. Creditorii au dreptul să știe ce s-a întâmplat, iar acolo unde vor exista nereguli, vom folosi toate instrumentele legale pentru a le corecta și pentru a recupera valoare în beneficiul lor”, a declarat **Adrian Lotrean, CEO Infinexa**.

Certinvest Management Solutions a intrat în concordat preventiv în mai 2025, din cauza problemelor financiare acumulate în anii anteriori. Compania a înregistrat pierderi consecutive, a acumulat creanțe nerecuperate și a investit în obligațiuni ale unor companii care au intrat, ulterior, în insolvență sau faliment. Eșecul concordatului preventiv a fost determinat, în esență, de deteriorarea relației dintre companie și deținătorii de obligațiuni. În acest context, instanța a numit în calitate de administrator judiciar provizoriu



Adrian Lotrean, CEO Infinexa

compania INFINEXA, specializată în restructurarea și finanțarea firmelor aflate în dificultate, cu active administrate în valoare de 360 milioane de euro. Conform documentelor publice anterioare deschiderii insolvenței, patrimoniul societății a fost evaluat la peste 55 de milioane de lei, în condițiile unor datorii pe termen lung care depășesc 117 milioane de lei.

INFINEXA este o companie antreprenorială românească specializată în restructurarea și finanțarea firmelor aflate în dificultate. Înființată în 2022, gestionează peste 50 de proiecte cu active în valoare de 360 de milioane euro și administrează judiciar societăți precum Blue Air, Vivre Deco, MCRO, Hidroconstrucția, Angst.



MOZART chocolate LIQUEUR



Chocolate worth your time.

WWW.MOZART-SPIRITS.COM

Comenzi online: www.finestore.ro

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

Cum ajunge România în fața a peste 100 de milioane de oameni printr-un proiect de divertisment dezvoltat local

O inițiativă construită pe litoralul românesc și amplificată de sute de creatori internaționali transformă un proiect de entertainment într-un motor real de vizibilitate globală.



În centrul acestui demers se află NIBIRU, noul concept de entertainment de pe litoralul românesc, în cadrul căruia Beach, Please! funcționează ca principal motor de conținut și vizibilitate internațională.

Beach, Please!, cel mai mare festival de muzică din Europa (550.000+ spectatori în 2025), a lansat pentru ediția din 8–12 iulie 2026 o campanie digitală integrată, de amploare fără precedent. Peste 500 de influenceri și creatori de conținut din Bulgaria, Ungaria, Franța, Marea Britanie, Spania, Italia, Germania și alte țări europene s-au alăturat proiectului ca ambasadori oficiali. Programul este activ și în continuă extindere, iar audiența cumulată a depășit 100 de milioane de oameni. Pentru prima dată, un proiect dezvoltat local generează organic un astfel de nivel de distribuție globală, fără intermediere instituțională.

An de an, festivalul creează impact prin nota personală a show-urilor fiecărui artist, puse în scenă într-un cadru marin deosebit, care ridică experiența la nivel de referință, validată chiar de artiști.

AȘAP Rocky a descris Beach, Please! „*cel mai frumos festival la care a participat vreodată*”. Travis Scott a transformat așteptarea într-un moment colectiv, iar apariția pe scenă a devenit o energie trăită simultan de sute de mii de oameni, într-un episod care a conectat România direct la scena globală de muzică urbană.

Anitta a adus pe scenă secvențe virale din propriile videoclipuri, iar pentru Yeat a fost

creat un setup unic: o scenă specială, înconjurată de flăcări, o producție care nu a mai fost replicată nicăieri în lume. Când artiștii vin cu concepte adaptate special unui festival, totul capătă o valoare memorabilă. Iar când aceste momente se întâmplă pe litoralul românesc, festivalul începe să fie recunoscut și transmis mai departe la nivel internațional. Nu mai vorbim doar despre episoade virale, ci despre confirmări directe că putem găzdui și produce show-uri la nivelul marilor scene internaționale.

“De ce nu ne-a zis nimeni că România e atât de cool?”, “Dacă asta e România, vreau să mă întorc!” - au fost reacții împărtășite anul trecut, de câțiva dintre cei peste 15.000 de turiști străini. Acest tip de reacție este esențial: schimbă percepția despre România nu prin mesaje oficiale, ci prin experiențe reale trăite și distribuite organic. Astfel, țara ajunge în feed-urile a milioane de utilizatori din Europa nu printr-o campanie de turism clasică, ci printr-un fenomen digital construit în jurul festivalului Beach, Please! În locul reclamelor convenționale, publicul vede conținut creat în stil personal: reacții la lineup, planuri de vară și conversații autentice cu propriile comunități. Nu mai este promovat doar un eveniment, ci o destinație.

Astăzi, acest mecanism a ajuns la o scară fără precedent: o rețea de creatori din peste 10 țări, de la Marea Britanie și Franța până la Germania, Italia sau Spania, generează și distribuie conținut despre experiența Beach, Please!

Rezultatele au depășit semnificativ așteptările inițiale, mulți dintre aceștia descoperind pentru prima dată țara noastră ca opțiune pentru vacanță.

Mai mult decât o campanie de promovare în sensul clasic, acest mecanism funcționează ca o rețea de recomandări reale, care se propagă organic în comunități unite de muzică, călătorie, distracție și experiențe împărtășite. Este un model alternativ de promovare de țară, construit de jos în sus, prin cultură și comunități, nu prin instituții.

„Pentru foarte mulți dintre cei care ajung la NIBIRU sau descoperă Beach, Please!, aceasta este prima interacțiune reală cu România. Este important că această interacțiune nu vine din clișee, ci dintr-o



experiență modernă, pe care o construim aici”, declară Andrei Șelaru, fondator NIBIRU și Beach, Please!.

DE LA FESTIVAL LA INFRASTRUCTURĂ CULTURALĂ: CUM DEVINE NIBIRU UN MOTOR DE IMAGINE PENTRU ROMÂNIA

În locul mesajelor controlate și al campaniilor standardizate, modelul campaniei mizează pe autenticitate: fiecare creator vorbește despre experiență în propriul stil, către propria comunitate. Rezultatul este o expunere internațională de o amploare rar întâlnită pentru un proiect construit local.

Impactul real depășește însă cifrele. Pentru publicul tânăr din Europa, România începe să fie asociată cu muzică, energie, experiențe și lifestyle, nu doar cu destinații tradiționale sau stereotipuri vechi. Campania funcționează pe un mecanism simplu, dar greu de replicat: oameni reali, cu comunități reale, care generează conținut nativ, de la coregrafia și reacții la artiști, până la povești despre experiența de festival și descoperirea României. Mesajul nu este perceput ca reclamă, ci ca un conținut nativ, care se integrează firesc în experiența utilizatorului.

În acest context, NIBIRU nu este doar locul unde se desfășoară un festival, ci infrastructura care face posibil acest fenomen. Gândit ca un „oraș al verii”, NIBIRU reunește într-un singur spațiu festivaluri, concerte, restaurante, sport și experiențe culturale, funcționând ca o platformă reală de producție de conținut și vizibilitate internațională.

COSTINEȘTI - SCENA UNUI NOU ECOSISTEM DE DIVERTISMENT

Costinești devine astfel mai mult decât o stațiune, devine scena unui nou model de entertainment construit local, cu impact direct în turism, economia locală și percepția externă asupra țării. Festivalul are loc în cadrul NIBIRU, o nouă destinație de entertainment construită de la zero pe litoralul românesc, între Costinești și Tuzla, care se deschide oficial pe 16 iulie 2026. Proiectul este gândit ca un „oraș al verii”, activ sezonier, care reunește într-un singur loc festivaluri, concerte, restaurante, sport, artă și experiențe pentru toate vârstele. Pentru sezonul 2026, organizatorii au anunțat deja festivaluri internaționale: Retrograde (28-30 august), Galaxia (17-19 iulie), Nebula X (24-26 iulie) și K-Pop Days (1-2 august).

Cu o investiție de peste 50 de milioane de euro în primă fază și o capacitate de până la 150.000 de persoane pentru evenimente majore, NIBIRU propune un model nou pentru litoralul românesc: o destinație de vacanță și o platformă de conținut, cultură și experiențe care generează interes internațional. Este una dintre cele mai mari investiții private în entertainment realizate pe litoralul românesc în ultimele decenii. Astfel, conversația nu mai rămâne la nivelul „ce artiști vin?”, ci se extinde natural către întrebări despre loc: „unde este?”, „cum ajungi?”, „ce mai poți face acolo?”. Iar de aici, interesul se mută către alte destinații locale: București, Transilvania, Delta Dunării și multe alte locuri pitorești. Anul acesta este estimat ca la Costinești să ajungă un număr de 50.000 de turiști străini.

LINEUP-UL CARE SUSȚINE VIZIBILITATEA GLOBALĂ

Line-up-ul devine astfel nu doar un argument de entertainment, ci și un accelerator de expunere internațională: entuziasmul internaționarilor a crescut la aflarea headlinerilor. Printre artiștii confirmați deja se numără Playboi Carti, Future, Tyla, Don Toliver, Quavo și Yeat. Pe lângă faptul că aceste nume atrag tineri din toată lumea către festival, interesul pentru fenomenul din România crește de la o ediție la alta, pe măsură ce caracterul unic al experienței este trăit, povestit și confirmat direct de public.

Ediția din 2025 a fost marcată de o serie de apariții legendare care au făcut înconjurul lumii prin mass-media, dar și prin social media. Au devenit virale mai multe momente: A\$AP Rocky, unul dintre cei mai așteptați artiști ai line-up-ului, a inclus un elicopter în show-ul său – o apariție spectaculoasă pe care a mai repetat-o doar o dată, cu o zi înainte, în Polonia. Artistul a transmis pe scenă că este cel mai tare concert la care a participat în ultimii ani, un moment de referință atât pentru el, cât și pentru fanii săi. Și Yeat a uimit publicul cu o producție specială, în care scena a fost literalmente în flăcări, iar Lil Baby a adus cele mai multe efecte speciale de până acum în istoria festivalului. 21 Savage a reunit unul dintre cele mai mari și mai energice publicuri, confirmând încă o dată



legătura profundă dintre artist și comunitatea Beach, Please!, iar feedback-ul venit din partea fanilor a fost copleșitor. Ken Carson a fost sursa unui vibe absolut exploziv, cu moshpit-uri imense și intense și o conexiune totală cu publicul, a făcut ca tot litoralul să vibreze în timpul concertului său. Young Thug a transmis un mesaj de apreciere fluturând steagul României pe scenă, spre entuziasmul tuturor celor prezenți.

Travis Scott a fost cel mai așteptat artist din 2024. Show-ul lui a fost intens apreciat și a fost ascultat la a treia ediție a festivalului de peste 100.000 de persoane care l-au aplaudat intens. Alte nume de pe afiș au fost Anitta, Wiz Khalifa, Trippie Redd, Don Toliver, Yeat, 6ix9ine, Ice Spice, Swae Lee, French Montana, Rich Amiri, Lil Tjay, Gucci Mane, NLE Choppa, Lil Pump, Rich the Kid, Rick Ross, Dhurata Dora.

Fiecare dintre cele patru ediții de până acum a adus pe scenă zeci, uneori sute de artiști din țară și din străinătate, contribuind la creșterea constantă a amplitudinii și notorietății festivalului. În acest context, așteptările publicului sunt mai ridicate ca niciodată pentru ediția aniversară – cea de-a cincea – programată în acest an.

UN STUDIU DE CAZ PENTRU PROMOVAREA ROMÂNIEI

Modelul dezvoltat în jurul NIBIRU și Beach, Please! devine un studiu de caz relevant nu

doar pentru industria de entertainment, ci și pentru felul în care o țară poate fi promovată internațional fără intervenție publică directă.

În 2025, România a atras peste 2,5 milioane de turiști străini, în creștere față de anul anterior, iar industria turismului este estimată să continue această evoluție și în anii următori. În acest context, campania devine un exemplu concret de promovare internațională realizată fără buget public sau campanii instituționale, dar cu efecte vizibile în percepție și reach.

„Dincolo de entertainment, vorbim despre impact real: turiști care vin în România, economie locală care crește și o vizibilitate internațională pe care, în mod normal, ar costa zeci de milioane de euro. Asta arată că putem construi lucruri relevante aici, care nu doar că funcționează local, dar sunt recunoscute global”, spune Selly.

Ceea ce se întâmplă la NIBIRU depășește logica unui festival. Este începutul unui model prin care România poate construi relevanță globală prin cultură, comunități și inițiativă privată.

Într-un moment în care competiția pentru atenția internațională este mai mare ca niciodată, astfel de proiecte nu mai sunt doar opțiuni, ci devin esențiale. Dincolo de entertainment, ceea ce se construiește la NIBIRU este un nou mod prin care România începe să fie înțeleasă, descoperită și văzută în lume.

UKRAINIAN CLASSICAL BALLET
THE
NUTCRACKER

SALA PALATULUI

NOVEMBER 30th 2026



TicketStore.ro



[europa](https://europa.eu)

UCBallet.com

AnimaWings inaugurează primele zboruri directe Timișoara- Atena, cu avioane noi și servicii full-service

AnimaWings, companie aeriană 100% românească full-service, continuă extinderea rețelei sale de rute regulate și inaugurează oficial ruta directă Timișoara - Atena, oferind pasagerilor acces rapid către una dintre cele mai populare destinații turistice din Europa și un hub major pentru conexiuni către insulele grecești.

Primul zbor pe ruta Timișoara-Atena a avut loc pe 5 aprilie 2026, operarea fiind disponibilă pe tot parcursul anului.

EXPERIENȚĂ FULL-SERVICE LA BORD PENTRU ZBORURILE TIMIȘOARA – ATENA

Ruta este operată cu două frecvențe săptămânale, în zilele de joi și duminică, cu orar de dimineață, optim atât pentru călătorii de business, cât și pentru segmentul leisure. Durata medie a zborului este de aproximativ o oră și 55 de minute pe sens.

Programul de zbor permite acces facil către rețeaua de conexiuni din Atena, oferind pasagerilor posibilitatea de a continua călătoria către numeroase destinații din Grecia, inclusiv insulele din Marea Egee, pe parcursul aceleiași zile.

Pasagerii beneficiază de o experiență full-service la bord, cu opțiuni de călătorie Premium Economy și Economy Class, toate biletele incluzând selecția gratuită a locului, bagaj de cabină de 8 kg și obiect personal de 4 kg. Zborurile sunt operate cu aeronave moderne Airbus A220-300, în configurație full economy de 148 de locuri, recent intrate în flota AnimaWings și alocate bazei din Timișoara începând cu luna aprilie 2026.

Marius Pandel, CEO AnimaWings, a declarat: „Timișoara este unul dintre cele mai importante centre economice din vestul României, iar dezvoltarea conectivității aeriene din această regiune este o prioritate pentru AnimaWings. Prin lansarea rutei directe către Atena, oferim pasagerilor acces



rapid către un hub regional important, cu deschidere atât către zona de business, cât și către una dintre cele mai căutate destinații turistice din Europa. Atena este și o poartă către insulele grecești și croazierele din Marea Egee, iar noua conexiune răspunde unei cereri reale din piață.

În prezent, această rută nu este deservită prin zboruri regulate directe, iar introducerea ei contribuie la facilitarea mobilității, la dezvoltarea relațiilor comerciale și la susținerea turismului din ambele țări.”

Ioanna Papadopoulou, Director de Comunicare & Marketing al Aeroportului Internațional Atena, a declarat: „Salutăm cu căldură noua rută inaugurată de AnimaWings, care leagă Atena de Cluj-Napoca, în inima Transilvaniei, o destinație interesantă și un important centru regional în România! Suntem încântați de îmbunătățirea conectivității dintre România și Grecia, prin adăugarea orașului Cluj la rețeaua de destinații deservite direct de aeroportul nostru.

Cu ocazia lansării noii rute, așteptăm cu nerăbdare să-i primim pe toți pasagerii din România care călătoresc în orașul nostru și nu numai, precum și pe călătorii din Atena/Grecia care aleg să descopere această destinație românească unică. Urăm un călduros bun-venit companiei aeriene și mult succes în dezvoltarea sa pe piața greacă.”

În prezent, AnimaWings operează zboruri

regulate către aeroporturi europene principale, cu frecvențe constante. Pe lângă destinațiile consacrate precum Paris (CDG), Stockholm (Arlanda) sau Istanbul (IST), de curând compania românească a început operarea de noi zboruri directe din București către metropole europene precum Londra Gatwick (din 22 martie), Geneva (din 30 martie), Milano Malpensa (din 11 mai), dar și Munchen (2 aprilie). Aceste rute completează rețeaua extinsă de conexiuni AnimaWings care ajunge la un total de 56 destinații.

DESPRE ANIMAWINGS

AnimaWings este o companie aeriană 100% românească, inaugurată în 2020 și parte a Memento Group, alături de touroperatorul Christian Tour, cu o echipă de profesioniști care oferă pasagerilor călătorii confortabile, în regim de curse regulate sau charter, implementând sisteme, proceduri și protocoale de siguranță la un standard excepțional.

Aflată în plină expansiune, compania aeriană operează cea mai nouă flotă din aviația românească. Din luna aprilie, AnimaWings va opera cu opt aeronave moderne Airbus, dintre care patru Airbus 220 primite direct din fabrică în ultimele șase luni. Planul de extindere AnimaWings până la finele lui 2027 vizează un total de 18 aeronave.

UKRAINIAN CLASSICAL BALLET

LACUL
LEBEDELOR

de Piotr Ilici Ceaikovski

9 FEBRUARIE 2027

SALA PALATULUI

BUCURESTI



TicketStore.ro

UCBallet.com



Promenada Mall marchează un an de FactoryLab

Promenada Mall marchează un an de la lansarea FactoryLab, un spațiu dedicat antreprenoriatului creativ românesc, dezvoltat împreună cu Mezanin Market și Raiffeisen Bank, care a reunit peste 400 de antreprenori, artiști și creatori locali. Datorită interesului constant din partea publicului, proiectul va continua până pe 30 iunie 2026.



Lansat în aprilie 2025 ca un proiect temporar, gândit inițial pentru trei luni, FactoryLab a devenit rapid un punct de întâlnire pentru comunitatea creativă din

București, fiind vizitat de peste 100.000 de persoane.

Până pe 30 iunie 2026, vizitatorii sunt invitați să descopere o experiență diferită

în mall: un spațiu de testare, întâlniri reale și cumpărături cu poveste. Fiecare zi aduce altceva, de la produse autentice, până la comunități creative care își pun amprenta asupra experienței din mall.

În primul an, FactoryLab a adus în același spațiu branduri din domenii diverse, de la modă și bijuterii, la design de obiect și artă vizuală - construind un ecosistem în care publicul poate descoperi direct oamenii din spatele produselor. Conceptul merge dincolo de retail clasic, punând accent pe întâlniri, dialog și experiență.

Pe lângă selecția permanentă de branduri, FactoryLab a găzduit constant activări și formate dedicate comunității, precum seria săptămânală *Meet the Designers*, evenimente tematice și colaborări cu





invitați speciali. Proiectul a devenit astfel un spațiu activ, în continuă schimbare, unde fiecare vizită aduce ceva nou.

Astăzi, FactoryLab reunește peste 100 de branduri românești active. Printre expozanți se numără:

- **D-Light by Mazdrunka** – bijuterii lucrate manual care spun povești stelare;
- **Scentimental** – arome premium și lumânări vegetale ce creează momente de introspecție și relaxare;

- **Malabaila** – haine pictate manual care transformă emoțiile în piese vestimentare.

Alături de selecția curatoriată de Mezanin Market, în spațiu sunt prezente și brandurile din selecția **ALTRNTV și Molecule F**. În plus, FactoryLab găzduiește și un **format dedicat artiștilor vizuali: „Vitrina de artist”**. Prima expoziție îi aparține Lăcrămioarei Tănase.

Până pe 30 iunie 2026, vizitatorii sunt invitați zilnic, între orele 10:00 și 22:00, la nivel 1 din Promenada Mall (lângă Anna Cori) să descopere FactoryLab.

Proiectul face parte dintr-un demers mai amplu de susținere a antreprenorilor locali și de conectare a acestora cu publicul larg.

DESPRE PROMENADA MALL

Cu un mix de branduri de renume internațional și o gamă bogată de

restaurante și servicii, Promenada pune la dispoziția clienților o experiență completă de shopping. Având un design modern în linie cu arhitectura urbană din zona de nord a capitalei, Promenada Mall este situat pe Calea Floreasca nr 244-246, Sector 1 București, cu acces facil la mijloacele de transport public, într-una din cele mai moderne zone ale orașului.

Promenada găzduiește peste 150 de magazine, printre care se numără branduri premium precum Coccinelle, Furla, Rituals, LIU JO, GUESS, Musette, Kultho, Bijuteria Teilor, grupuri de renume ca Inditex, cu brandurile Massimo Dutti, Oysho, ZARA, ZARA HOME, Bershka și Stradivarius, Peek & Cloppenburg, Lunet, Murmur și Dualitae în exclusivitate în România, Men's Cave,

Intimissimi, magazine pentru copii, de sport, frumusețe și timp liber. Oferte de magazine i se adaugă o gamă largă de servicii precum SKKIN-Korean Facial Express, Asian Vitality SPA, The BAR Salon, Salon Yvonne, Floria, Needle Atelier de retuș, ECO CLEAN, Diamond Car Wash, agenția de turism DERTOUR, Flanco și o varietate de servicii bancare.

Terasa verde, de peste 4000 mp este o adevărată oază urbană, care invită vizitatorii la relaxare și oferă modalități variate de petrecere a timpului liber, precum și numeroase evenimente dedicate publicului. Clienții au la dispoziție și Clubul de Health & Fitness World Class, ce oferă membrilor acces la facilități și echipamente premium.



Rezultate SIPEX 2025: profit net de 11 milioane lei, +6%, la o cifră de afaceri de aproximativ 328 milioane lei

SIPEX, unul dintre cei mai mari distribuitori de materiale și finisaje pentru construcții din România, listat la Bursa de Valori București în piața AeRO (simbol bursier SPX), cu activitate de 29 de ani în acest domeniu, a încheiat anul 2025 cu rezultate financiare solide, cu o creștere a profitabilității într-un context de piață marcat de volatilitate și presiuni asupra cererii. Compania a înregistrat un profit net de 11 milioane lei, în creștere cu 6% față de anul anterior, în timp ce cifra de afaceri a fost de 328 milioane lei, în ușoară scădere, cu 1,4%, comparativ cu 2024. Cifra de

afaceri a fost susținută de diversificarea portofoliului de produse și de avansul veniturilor din canalul retail, în timp ce proiectele de infrastructură au contribuit la atenuarea scăderii din canalul B2B.

„Anul 2025 a fost marcat de un context dificil în sectorul construcțiilor, caracterizat de volatilitate în segmentul rezidențial și un ritm moderat al investițiilor publice. În acest mediu, SIPEX s-a concentrat pe eficiență operațională, disciplină financiară și consolidarea poziției în piață. Canalul B2B, deși a înregistrat o scădere de 5%, rămâne esențial pentru dezvoltarea strategică a

companiei. Continuăm să optimizăm procesele de aprovizionare pentru cele 12 centre logistice la nivel național și să consolidăm relațiile cu partenerii noștri, astfel încât să oferim constant produse inovatoare și soluții sustenabile. În paralel, am continuat investițiile în dezvoltare și eficiență operațională, alocând peste 2,2 milioane lei pentru reînnoirea flotei și modernizarea echipamentelor logistice și tehnologice. În 2026, anticipăm o evoluție pozitivă a activității, susținută de măsurile implementate, în condițiile menținerii unui cadru legislativ predictibil, care să sprijine investițiile și dinamica sectorului”, spune **Irinel Gheorghe, CEO SIPEX.**

În 2025, SIPEX a realizat primul exercițiu de raportare de durabilitate structurată, construit pe baza unui proces de analiză a dublei materialități și a unei consultări formale a părților interesate. Acest demers a presupus un efort susținut la nivelul întregii echipe și a contribuit la o mai bună înțelegere a impactului activității companiei, precum și la definirea priorităților ESG. Raportarea oferă investitorilor și partenerilor o vizibilitate mai bună asupra riscurilor și direcției de dezvoltare. În ceea ce privește dezvoltarea pe termen mediu, SIPEX a avansat planurile pentru construirea unei unități moderne de producție la Ariceștii Rahtivani (Prahova), o investiție estimată la aproximativ 20 milioane euro. Proiectul este programat să înceapă în 2026, cu termen de finalizare în 2027, în funcție de atragerea surselor de finanțare.

Elemente cheie ale contului de profit și pierdere în anul 2025:

- **Veniturile din exploatare** au depășit 334 milioane lei, în scădere ușoară, cu 1,6%.



Irinel Gheorghe, CEO SIPEX



- **Cheltuielile de exploatare** au totalizat 321 milioane lei, o scădere de aproximativ 1,7%. Principala categorie de cheltuieli operaționale este reprezentată de cheltuielile privind mărfurile, cu o pondere de 82%.
- Compania a înregistrat un **profit brut** de 14 milioane lei, în creștere cu aproximativ 2,2%.
- **Profitul net** înregistrat a ajuns la 11 milioane lei, un avans de 6%.
- **Activele totale** au ajuns la aproximativ 154 milioane lei, în creștere cu 14,6% față de începutul anului.
- **Datoriile totale** se ridică la 38 milioane lei, în scădere cu 20%. Datoriile pe termen scurt au scăzut cu 19% față de aceeași perioadă a anului trecut, iar datoriile pe termen lung înregistrează o scădere de 38%.

Pentru anul 2026, SIPEX estimează o evoluție pozitivă a rezultatelor financiare și își propune să continue dezvoltarea sustenabilă prin extinderea portofoliului de produse, consolidarea prezenței în piață și valorificarea oportunităților

generate de proiectele private și publice.

SIPEX operează cu un model de afaceri integrat, organizat în 3 linii de afaceri: vânzare și distribuție de materiale și finisaje pentru construcții, prestări servicii (consultanță tehnică) și vânzare de produse finite colorate. Distribuția se realizează prin cele trei canale:

- **Retailul tradițional** - magazine de diferite dimensiuni, cu excepția celor DIY (Do It Yourself), cu vânzare prin agenți dedicați.
- **Business to business** (corporate) - societăți de construcții, dezvoltatori, instituții de stat sau private, echipe de meseriași și persoane fizice care construiesc în regie proprie sau își renovează proprietățile. Din 2019 compania are un canal dedicat acestui segment, www.sipexcomenzi.ro, care are scopul de a simplifica procesul de vânzare către partenerii existenți și de a reduce costurile operaționale, prin oferirea unor facilități self-service.



Continuăm să optimizăm procesele de aprovizionare pentru cele 12 centre logistice la nivel național și să consolidăm relațiile cu partenerii noștri, astfel încât să oferim constant produse inovatoare și soluții sustenabile.

- **Magazin online propriu** - cu aplicație de mobil, tabletă și laptop. Aplicația utilizată repartizează comenzile către cele mai apropiate puncte de lucru, astfel încât livrarea să se facă într-un timp cât mai scurt.

DESPRE SIPEX

De-a lungul celor 29 de ani de activitate, SIPEX a construit parteneriate pe termen lung, are aproximativ 300 de angajați, deține 12 centre logistice și un parc auto de 191 de autovehicule. Punctele de lucru și de desfacere ale companiei sunt: Brașov, București, Cluj, Craiova, Iași, Ilfov (Pantelimon), Focșani, Piatra Neamț, Prahova (Ariceștii Rahtivani), Râmnicu Vâlcea, Suceava, Timișoara. SIPEX a fost listată la Bursa de Valori București în piața AeRO în 3 iunie 2022, în urma unui plasament privat prin care a atras 10,6 milioane lei de la 54 de investitori, iar începând cu 20 martie 2023 acțiunile SIPEX au intrat în structura indicelui BETAeRO.

Cazinoul din Constanța, din nou scena marilor povești. Votează în „Destinația Anului 2026” și susține destinațiile care te-au făcut să revii!

Unul dintre cele mai iubite simboluri ale României, Cazinoul Constanța, revine în prim-plan și aduce împreună destinațiile din întreg județul Constanța, finaliste în competiția „Destinația Anului 2026”, în urma unui demers comun al OMD Mamaia Constanța și OMD Județul Constanța, care au nominalizat și susținut regiunea în toate categoriile competiției. Din peste 250 de destinații înscrise la nivel național, Constanța se regăsește astfel în finală cu o prezență completă, ce reflectă diversitatea și forța acestei destinații.

Odată cu startul votului, în perioada **7-25 aprilie 2026**, atât localnicii, cât și turiștii sunt invitați să susțină locurile care definesc această destinație: de la oraș și litoral, până la atracțiile naturale și culturale din județ, inclusiv Stațiunea Mamaia, care susține categoria stațiuni turistice.

- Votează aici: www.destinatiaanului.ro/competitia/voteaza

PENTRU LOCURILE ÎN CARE NE ÎNTOARCEM MEREU

Fie că vorbim despre plimbările de seară pe Faleza Cazinoului, despre energia din Portul Turistic Tomis sau despre zilele de vară petrecute pe Riviera Românească, fiecare experiență construiește identitatea acestei destinații.

Județul Constanța este prezent în competiție cu o diversitate care merită recunoscută și votată:

- Orașe care inspiră: **Constanța**;
- Stațiuni balneare: **Techirghiol**;
- Tărâmurile fermecate: **Riviera Românească**;
- Sate de poveste: **Vadu - Corbu**;
- Nuclee urbane: **Faleza Cazinoului și Portul Turistic Tomis**

- Distracție și adrenalină: **Aqua Magic Mamaia**;
- Sanctuare ale istoriei: **Tropaeum Traiani**;
- Tărâmul cunoașterii: **Delfinariu - Planetariu - Microrezervație naturală, Constanța**;
- Comori naturale: **Peștera Sfântul Andrei**;
- Landmarks: **Cazinoul Constanța**.

„Destinația integrată Mamaia - Constanța înseamnă mult mai mult decât un loc pe hartă – înseamnă experiențe, emoții și momente care rămân cu tine. De la simboluri emblematice precum Cazinoul Constanța, până la varietatea de atracții care definesc întregul județ, vorbim despre o destinație completă, care merită descoperită și susținută. Prin participarea în competiția „Destinația Anului 2026”, invităm atât localnicii, cât și turiștii să voteze în categoriile în care suntem prezenți și să contribuie activ la promovarea acestor locuri. Fiecare vot este o formă de apreciere pentru tot ceea ce oferă litoralul românesc – de la relaxare și distracție, până la cultură, natură și tradiție.

Este un moment în care putem spune, împreună, povestea acestei destinații și o

putem duce mai departe, către toți cei care caută experiențe autentice”, a declarat George Mândilă, Președinte OMD Mamaia Constanța.

CUM VOTEZI

- În câteva minute poți susține destinația preferată;
- Accesează: www.destinatiaanului.ro/competitia/voteaza
- Votează destinațiile litoralului din fiecare categorie
- Introduce emailul și trimite votul
- **FOARTE IMPORTANT: Confirmă votul din email**
- Perioada de vot: 07 – 25 aprilie 2026

VOTEAZĂ PENTRU LOCURILE CARE TE CHEAMĂ ÎNAPOI

Fiecare vot înseamnă susținere.

Fiecare vot înseamnă apartenență.

Câștigătorii vor fi anunțați pe 14 mai 2026, în cadrul Galei organizate la Cazinoul Constanța.

CCIR accelerează cooperarea și atragerea investițiilor chineze în România

Președintele Camerei de Comerț și Industrie a României (CCIR), dl Mihai Daraban, a avut o întâlnire oficială, în data de 9 aprilie a.c., cu Excelența Sa Chen Feng, Ambasadorul Republicii Populare Chineze în România. Discuțiile au vizat dinamizarea schimburilor economice bilaterale și identificarea unor mecanisme concrete de stimulare a investițiilor chineze pe piața românească.



România și China înregistrează o relație comercială în creștere susținută, volumul schimburilor bilaterale atingând 8,56 miliarde de euro în 2024, iar în primele unsprezece luni ale anului 2025 depășindu-se deja această valoare, însumând 8,8 miliarde de euro. „China este deja unul dintre cei mai importanți parteneri comerciali ai României, iar cifrele o demonstrează fără echivoc. Interesul investitorilor chinezi pentru piața românească este reflectat și de prezența a 14.562 de companii cu capital chinez active în România, cu un capital social subscris de peste 337 milioane de euro. Ceea ce ne propunem la

nivelul CCIR este să facem pasul următor: să transformăm acest interes comercial în investiții reale, în capacități de producție amplasate pe teritoriul României. Avem argumente solide, și anume: acces direct la piața Uniunii Europene, Portul Constanța ca nod strategic între Marea Neagră și Europa Centrală, forță de muncă calificată și sectoare cu potențial ridicat, de la energie și procesare agroalimentară până la tehnologie. România trebuie să devină o platformă de producție și de export pentru companiile chineze care privesc serios spre Europa”, a declarat președintele CCIR, dl Mihai Daraban.

„România este un partener tradițional și un prieten apropiat al Chinei, cu o relație de cooperare neîntreruptă de 77 de ani. Companiile chineze manifestă un interes crescând față de piața românească, în special în domeniile energiei noi și industriei prelucrătoare. Dorim să vedem o intensificare a exporturilor românești de calitate spre China și, în același timp, să încurajăm companiile din ambele țări să colaboreze în sectoare cu valoare adăugată ridicată — pentru că produsele agroalimentare sunt un bun început, dar potențialul parteneriatului nostru merge mult mai departe”, a subliniat E.S. Chen Feng, Ambasadorul Republicii Populare Chineze în România.

Cele cinci unități educaționale modernizate cu sprijinul OMV Petrom prin programul „România Eficientă” și-au redus consumul de energie cu 60%

Programul „România Eficientă”, implementat de Energy Policy Group (EPG) și sprijinit de OMV Petrom cu 15 milioane de euro, a dus la o reducere medie de 60% a consumului de energie în cele cinci unități educaționale modernizate la standard nZEB.



Christina Verchere, CEO OMV Petrom

„Educația este esențială în dezvoltarea societății, iar eficiența energetică contribuie la reducerea consumului și emisiilor.

Programul „România Eficientă” le aduce împreună, transformând unități educaționale din România în spații mai sigure, moderne și sustenabile. Suntem bucuroși să susținem inițiative care aduc valoare reală comunităților și contribuie la binele societății”, a declarat **Christina Verchere, CEO OMV Petrom.**

„Sprijinul OMV Petrom a făcut posibilă dezvoltarea și extinderea programului, prin care promovăm atât eficiența energetică, cât și educarea și informarea comunităților. Beneficiile sunt evidente: costuri mai mici, confort sporit și un mediu mai sigur pentru

elevi și profesori. Aceste rezultate arată că investițiile în eficiență și educație sunt investiții în viitorul societății”, a declarat **Radu Dudău, director EPG și coordonator al proiectului.**

CINCI CLĂDIRI ȘCOLARE MODERNIZATE LA STANDARD NZEB

Din 2019, prin program au fost reabilitate energetic cinci clădiri ale unor unități de învățământ public, oferind anual celor peste 1.000 de beneficiari condiții moderne și eficiente energetice:

- Internatul Liceului Tehnologic Elie Radu din Ploiești

- Școala Gimnazială Liliești din Băicoi
- Grădinița Zig-Zag din Ovidiu
- Atelierele și laboratoarele Liceului Tehnologic Vernești
- Internatul Liceului Tehnologic Tudor Vladimirescu din Șimian

Un nou proiect este în desfășurare: reabilitarea Școlii nr. 1 din Tuzla.

Lucrările au inclus: termoizolație performantă, tâmplărie eficientă energetic, modernizarea sistemelor de încălzire și ventilație, consolidări structurale acolo unde a fost necesar, adaptarea la normele moderne de securitate și accesibilitate, precum și instalarea de panouri fotovoltaice pentru producerea de energie verde.

BENEFICIILE OBSERVATE DE BENEFICIARI

- **Grădinița Zig-Zag (Ovidiu):** consumul de energie s-a redus cu aproximativ 60%, facturile au scăzut, confortul interior s-a îmbunătățit vizibil, iar elevii și cadrele didactice au devenit mai concentrați, cu absenteism redus și comportamente mai responsabile față de consumul de energie.
 - **Liceul Tehnologic Vernești:** costurile de încălzire au scăzut, în condițiile în care centrala și ventilația funcționează continuu, față de doar 6 ore pe zi anterior. Iar elevii și profesorii au dezvoltat obiceiuri de consum responsabil.
- Pe lângă modernizarea clădirilor, România Eficientă a derulat anual campanii de informare și activități educaționale dedicate

copiilor, de la spectacole educative și workshop-uri interactive, la acțiuni de conștientizare privind utilizarea responsabilă a energiei, consolidând astfel rolul școlilor reabilitate ca modele de bune practici în comunitățile lor.

DESPRE ROMÂNIA EFICIENTĂ

România Eficientă este un proiect privat de anvergură națională, realizat de Energy Policy Group (EPG) în parteneriat și cu finanțarea OMV Petrom. Proiectul a demarat în vara anului 2019 și constă în derularea unui program național de promovare a eficienței energetice. România Eficientă își propune să sprijine atingerea țintelor României pentru 2030 în privința reducerii emisiilor de carbon și a creșterii eficienței energetice, atât prin campanii de informare și educare, cât și prin realizarea unor proiecte concrete de renovare majoră în școli publice din diferite regiuni ale țării. Mai multe detalii găsiți pe site-ul romania-eficienta.ro.

DESPRE ENERGY POLICY GROUP

Asociația Energy Policy Group (EPG) este un think-tank independent și non-profit, specializat în politici de energie și climă, analiză de piață și strategie energetică,

fondat în 2014. EPG contribuie la realizarea unui sistem energetic avansat din punct de vedere tehnologic, sustenabil și acceptabil social. De asemenea, EPG promovează politici și măsuri de decarbonare pe termen lung în toate domeniile economice: energie, clădiri, transporturi, industrie, agricultură.

DESPRE OMV PETROM

OMV Petrom este cel mai mare producător integrat de energie din Europa de Sud-Est, cu o producție anuală de țiței și gaze la nivel de grup de aproximativ 40 milioane bep în 2023. Grupul are o capacitate de rafinare de 4,5 milioane tone anual și operează o centrală electrică pe gaze naturale de înaltă eficiență de 860 MW. Pe piața distribuției de produse petroliere cu amănuntul, Grupul este prezent în România și în țările învecinate prin intermediul a aproximativ 780 benzinării, sub două branduri, OMV și Petrom.

OMV Petrom este o companie în care, la sfârșitul anului 2023, acționarii români dețin peste 43% din acțiuni (din care statul român, prin Ministerul Energiei, deține 20,7%, iar 22,5% sunt deținute de fondurile de pensii din România, la care se adaugă aproape 500.000 de investitori individuali și alte entități românești). OMV Aktiengesellschaft,

una dintre cele mai mari companii industriale listate din Austria, deține 51,2% din acțiunile OMV Petrom, iar restul de 5,6% sunt deținute de alți investitori străini. Din totalul acțiunilor OMV Petrom, 28,1% se tranzacționează liber la Bursa de Valori București.

OMV Petrom este unul dintre cei mai mari contribuabili la bugetul de stat, cu circa 44 miliarde de euro reprezentând taxe, impozite și dividende plătite în perioada 2005 - 2024. În aceeași perioadă, compania a investit aproximativ 20 miliarde de euro.

Din 2007, OMV Petrom a integrat în strategia sa de business principiile responsabilității corporatiste. În perioada 2007 - 2024, compania a alocat circa 190 milioane de euro pentru dezvoltarea comunităților din România, concentrându-se pe protecția mediului, educație, sănătate și dezvoltare locală.

Pe 29 iulie 2020, OMV Petrom și-a anunțat sprijinul pentru recomandările emise de Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), Grupul operativ pentru publicarea informațiilor financiare referitoare la schimbările climatice privind riscurile și oportunitățile asociate schimbărilor climatice. OMV Petrom raportează anual progresul realizat în ceea ce privește implementarea acestor recomandări.



Politica industrială revine în prim-plan: cum încearcă România să accelereze investițiile strategice printr-un nou val de scheme de ajutor de stat

Autor: Sebastian Popescu, Partener, coordonator al liniei de servicii de Consultanță în domeniul Granturilor și Stimulentelor, EY România



Dar amploarea noului pachet impune fast-track administrativ real, coordonare interministerială și capacitate umană suplimentară - altfel, un pachet bine conceput riscă să rămână pe hârtie

În ultimii ani crizele suprapuse (pandemia, tensiunile geopolitice, transformarea energetică și competiția tehnologică globală) au determinat guvernele să regândească rolul statului în orientarea investițiilor. În Europa Centrală și de Est, statele concurează activ pentru a atrage investiții în lanțuri valorice strategice, precum bateriile pentru vehicule electrice, semiconductorii, echipamentele pentru energie regenerabilă sau tehnologiile digitale avansate.

În acest context, dar și în cel al situației macroeconomice a României, Guvernul de la București a lansat un nou pachet amplu de scheme de ajutor de stat, estimat la aproximativ 5 miliarde de euro până în 2032. Acesta reprezintă una dintre cele mai ambițioase inițiative de politică industrială din ultima perioadă și vine într-un moment în care economia românească se confruntă simultan cu provocări structurale și cu oportunități de re poziționare în arhitectura industrială europeană.

NOUL PACHET DE SCHEME DE AJUTOR DE STAT: STRUCTURĂ ȘI OBIECTIVE

Pachetul propus de Guvernul României include nouă scheme distincte de ajutor de stat, administrate în principal de Ministerul Finanțelor, Ministerul Economiei și cu

- România lansează cel mai ambițios pachet de politică industrială din ultima perioadă: 9 scheme de ajutor de stat, cu buget estimat de 5 miliarde de euro până în 2032, inclusiv un instrument dedicat proiectelor de peste 200 milioane euro, o lacună importantă până acum în arsenalul de atragere a investițiilor strategice
- Competiția regională nu așteaptă: Polonia, Cehia și Ungaria oferă deja un

- mix de finanțare nerambursabilă, termene de evaluare garantate și platforme administrative integrate. Fără instrumente comparabile, România pierde proiecte-ancoră capabile să genereze ecosisteme industriale întregi
- Succesul depinde de implementare, în afară de design: experiența anterioară a Ministerului de Finanțe - 1,8 miliarde euro acordați, 36.000+ locuri de muncă generate - arată că România poate livra.

implicarea Băncii pentru Investiții și Dezvoltare. Acestea vizează o gamă largă de domenii, de la tehnologii avansate și cercetare-dezvoltare, până la industrii strategice, convergență regională și sprijin pentru antreprenoriatul românilor din diaspora. Bugetul total al schemelor cu alocări clar definite este de 3,95 miliarde de euro, iar estimările sugerează că suma totală ar putea ajunge la aproximativ 5 miliarde de euro, dacă includem și instrumentul dedicat investițiilor strategice de mari dimensiuni.

Unul dintre cele mai relevante elemente de noutate ale pachetului de măsuri de relansare economică îl reprezintă instituirea unui cadru dedicat finanțării investițiilor cu impact semnificativ în economie, vizând proiecte de peste 200 milioane euro. Acest instrument, așteptat de mult timp de mediul investițional, răspunde unei lacune a politicii industriale din România: absența unui mecanism suficient de robust pentru atragerea proiectelor de tip „ancoră”, capabile să genereze valoare adăugată ridicată, să dezvolte lanțuri valorice integrate local și să producă efecte de multiplicare la nivelul economiei.

Importanța unui astfel de cadru este cu atât mai mare cu cât deciziile investitorilor sunt influențate nu doar de nivelul sprijinului financiar, ci și de predictibilitatea cadrului normativ, rapiditatea proceselor administrative și capacitatea statului de a oferi soluții integrate - de la infrastructură și utilități, până la autorizare și coordonare interinstituțională.

Dincolo de acest pilon central, pachetul guvernamental include o serie de scheme sectoriale care vizează obiective clare: dezvoltarea clusterelor industriale și stimularea producției în sectoare cu deficit comercial accentuat; valorificarea resurselor minerale strategice și critice; accelerarea investițiilor în tehnologii „net-zero” și în industrii cu amprentă redusă de carbon; consolidarea capacităților de cercetare-dezvoltare și inovare prin combinații de granturi și facilități fiscale extinse, precum și sprijinirea industriei de apărare, într-un context geopolitic care accentuează importanța autonomiei industriale și a securității economice.

Complementar, pachetul propune instrumente financiare orientate către

convergența regională și creșterea competitivității economiilor locale, precum și programe dedicate antreprenoriatului românesc din diaspora, cu rolul de a mobiliza capital, know-how și inițiativă antreprenorială către economia națională. Această diversificare a instrumentelor reflectă o abordare matură a politicii de investiții, care recunoaște nevoia unor soluții diferențiate, adaptate tipologiei proiectelor și profilului beneficiarilor.

PERSPECTIVA EY: CUM AR PUTEA FI RAFINATE ACESTE INSTRUMENTE

Din perspectiva EY, pachetul de scheme de sprijin propus de Guvern reprezintă unul dintre cele mai ambițioase demersuri de politică industrială și investițională din ultimele perioadă. România beneficiază deja de o experiență solidă în proiectarea și implementarea schemelor de ajutor de stat, iar Ministerul Finanțelor a demonstrat, în ultimii 10–20 de ani, o capacitate instituțională foarte bună de a gestiona



Potrivit datelor oficiale aferente ultimului deceniu, schemele de finanțare administrate de Ministerul Finanțelor au acordat ajutoare de stat în valoare cumulată de peste 1,8 miliarde euro către mai mult de 230 de companii, sprijinind investiții totale de aproximativ 4,4 miliarde euro și contribuind la crearea a peste 36.000 de locuri de muncă.

programe complexe, cu respectarea rigorilor europene în materie de ajutor de stat și cu rezultate cuantificabile în atragerea de investiții productive. Potrivit datelor oficiale aferente ultimului deceniu, schemele de finanțare administrate de Ministerul Finanțelor au acordat ajutoare de stat în valoare cumulată de peste 1,8 miliarde euro către mai mult de 230 de companii, sprijinind investiții totale de aproximativ 4,4 miliarde euro și contribuind la crearea a peste 36.000 de locuri de muncă.

În acest context, noul pachet vine nu ca o schimbare de direcție, ci ca o extindere

semnificativă a ariei de intervenție, atât ca volum financiar, cât și ca diversitate de instrumente și obiective strategice. În cazul cadrului dedicat investițiilor cu impact semnificativ în economie (peste 200 milioane euro), practica internațională confirmă faptul că investitorii strategici nu aleg o locație doar în funcție de nivelul grantului. Decizia este influențată decisiv de viteza procesului administrativ, predictibilitatea cadrului de reglementare și capacitatea statului de a livra infrastructura necesară la timp. În acest sens, schema ar putea fi consolidată prin introducerea unor mecanisme reale de *fast-track* administrativ, cu termene clar definite pentru obținerea autorizațiilor și avizelor, precum și prin integrarea, încă din faza de planificare, a componentelor de infrastructură esențiale: acces la energie, utilități, conectivitate logistică și digitală. Totodată, o prioritizare explicită a investițiilor cu efect de ancoră – capabile să genereze ecosisteme industriale locale - ar putea amplifica impactul pe termen lung. Exemple relevante includ bateriile și

mobilitatea electrică, semiconductorii și electronica avansată, materialele avansate sau industria chimică verde. Un cadru simplificat, pre-notificat la Comisia Europeană pentru domeniile prioritare, ar aduce un plus de flexibilitate și predictibilitate în relația cu investitorii. În paralel, dezvoltarea unei platforme dedicate investitorilor strategici, cu rol de coordonare interministerială și de interfață unică cu autoritățile centrale și locale, ar contribui la reducerea fragmentării administrative, unul dintre principalele riscuri percepute de investitorii de mari dimensiuni.



În ceea ce privește schema destinată industriei prelucrătoare, obiectivul declarat - reducerea deficitului comercial și creșterea producției interne - ar putea fi susținut mai eficient printr-o orientare către lanțuri valorice specifice, nu exclusiv către coduri CAEN generale. Lista de activități eligibile poate rămâne largă, însă prioritizarea ar putea viza acele segmente unde decalajele sunt structurale și impactul economic potențial este ridicat: echipamente și componente electronice, produse chimice și farmaceutice, mașini și echipamente de transport sau sub-segmente auto cu tehnologie complexă. Corelarea intensității ajutorului de stat cu impactul net asupra balanței comerciale, precum și introducerea unor stimulente suplimentare pentru integrarea furnizorilor locali, ar putea direcționa mai eficient resursele publice către proiecte cu valoare adăugată ridicată. În același timp, includerea unei componente obligatorii de modernizare tehnologică - de exemplu, un nivel minim de automatizare - drept criteriu de eligibilitate, nu doar de punctaj, ar

contribui la evitarea finanțării unor investiții cu profil low-cost și la orientarea sprijinului către transformare industrială reală. Simplificarea mecanismului de evaluare, prin reducerea criteriilor de punctaj la un set restrâns și clar corelat cu impactul economic și fiscal, ar putea accelera procesul administrativ și crește transparența decizională. Stabilirea unor ferestre de depunere recurente, în aceleași perioade ale anului, precum și scurtarea termenelor de analiză și plată, ar consolida predictibilitatea pentru mediul privat. Nu în ultimul rând, amploarea acestui pachet de relansare economică ridică, în mod natural, provocări de ordin operațional. Având în vedere volumul de proiecte potențiale, diversitatea instrumentelor și complexitatea evaluărilor, este rezonabil de anticipat că implementarea eficientă va necesita alocarea de resurse umane suplimentare, peste capacitatea actuală a echipelor implicate. Aceasta nu diminuează performanța demonstrată de autorități în

gestionarea schemelor de ajutor de stat din ultimii ani, ci reflectă o realitate obiectivă: succesul unui pachet atât de ambițios depinde nu doar de structura legislativă, ci și de capacitatea administrativă de a livra rapid, coerent și predictibil. Pentru România, noul pachet de scheme de ajutor de stat reprezintă o oportunitate foarte bună de a schimba modelul de dezvoltare economică. Dacă vor fi implementate eficient, aceste instrumente pot contribui la atragerea unor investiții strategice capabile să genereze ecosisteme industriale, să stimuleze inovarea și să reducă dependența de importuri în sectoare cheie. Într-o perioadă în care competiția regională pentru investiții devine tot mai intensă, România are șansa de a se poziționa ca un actor relevant în noile lanțuri industriale europene. Dar această oportunitate depinde de capacitatea noastră, ca țară, de a transforma un pachet ambițios de politici publice într-un instrument funcțional și credibil pentru mediul de afaceri.

Inflația s-a dublat în martie 2026 față de martie 2025 - creșteri semnificative ale costurilor de producție pentru IMM-uri

Efectele principale ale creșterii prețurilor asupra IMM-urilor.

Impactul măririi prețurilor în economie asupra IMM-urilor este major, acestea confruntându-se cu creșteri semnificative ale costurilor de producție, inclusiv ale materiilor prime, utilităților și salariilor, ceea ce afectează direct profitabilitatea acestora. În multe cazuri, aceste creșteri nu pot fi transferate integral în costurile către consumatori pentru a nu-și pierde clienții, ceea ce duce la comprimarea marjelor de profit, iar scăderea puterii de cumpărare a populației determină reducerea cererii pentru bunuri și servicii.

Comerțul resimte schimbări în comportamentul consumatorilor ce se orientează către produse mai ieftine, serviciile sunt afectate de scăderea cererii, iar sectorul industrial este puternic lovit nu doar de creșterile salariale dar și de creșterea costurilor cu energia și materiile prime.

Fluxurile de numerar sunt perturbate de creșterea costurilor și volatilitatea veniturilor, punând presiuni suplimentare asupra tuturor agenților economici.

În concluzie, inflația ridicată din primul trimestru 2026, comparativ cu primul trimestru 2025, evidențiază presiuni economice semnificative asupra IMM-urilor. Deși se observă o stabilizare față de trimestrul anterior, nivelul ridicat al inflației continuă să afecteze negativ mediul de afaceri. IMM-urile tind să amâne investițiile și planurile de extindere, concentrându-se mai degrabă pe supraviețuire și optimizarea costurilor. Intervenția autorităților în sprijinul agenților economici afectați de creșterea prețurilor la energie și combustibili pe fondul situației din Orient nu trebuie să întârzie, altfel toate eforturile de ținere sub control a crizei economice, cu majorări de taxe și diminuări de beneficii fiscale suportate în anul anterior, vor fi anulate de noi creșteri de prețuri și o inflație care tinde spre o cifră cu două numere.



**IMM
ROMÂNIA**

CONTEXT

Datele publicate de INS arată că **rata anuală a inflației a fost de 9,9%**, calculată în martie 2026, în comparație cu cea din martie 2025, care a fost de doar 4,9%, ceea ce arată că inflația s-a dublat practic în ultimul an, presiunile inflaționiste puternice fiind generate de creșterea **costurilor cu energia, materiile prime și forța de muncă, iar creșterile anterioare ale prețurilor continuă să propage în economie efectul de bulgăre.**

Se observă o nouă creștere a Indicelui prețurilor de consum în luna martie 2026 comparativ cu luna februarie 2026, la 100,78% (în martie 2025 față de februarie 2025 a fost de 100,27%), cât și pe fiecare categorie de produse (100,58% la marfurile alimentare, 101,00% la mărfurile nealimentare, 100,60% la servicii). Cele mai însemnate creșteri de prețuri, în **martie 2026 față de luna martie 2025**, se înregistrează la:

- produse alimentare:
 - Cacao și cafea-23,91%;
 - Ouă -14,63%;
 - Fructe proaspete -14,23%;
 - Carne de bovine -11,47%;

- Pâine, produse de franzelărie și specialități -9,83%;
- produse nealimentare:
 - Energie electrică -57,2%;
 - Transport interurban CFR- 24,4%;
 - Energie termică-13,41%;
 - Combustibili-12,93%;
 - Detergenți-9,89%.

PROPUNERI IMM ROMÂNIA

„Criza actuală arată necesitatea implementării măsurilor de sprijin în sectoarele esențiale pentru economia României, în special pentru dezvoltarea industriei petrochimice și producției de îngrășăminte pentru agricultură, în condițiile afectării producătorilor agricoli de creșterea prețurilor la combustibili și încetării importurilor de fertilizatori din zona Golfului Persic, coroborat cu eliminarea plafonării prețului la gazele naturale din 1 aprilie 2026 pentru întreprinderi. România trebuie să urmeze exemplul celorlalte țări europene, care implementează programe de sprijin pentru mediul de afaceri în vederea depășirii crizei actuale, și să susțină companiile românești”, a declarat Florin Jianu, președintele IMM România.

Universitatea Româno-Americană, 35 de ani de educație, inovare și parteneriate internaționale

Universitatea Româno-Americană marchează anul acesta 35 de ani de la înființare, ceea ce simbolizează, sub aspectul tradiției, constituirea și fixarea unor valori transmise generațiilor de studenți și profesori, un reper pentru învățământul superior privat din România, construit în jurul deschiderii internaționale, al spiritului antreprenorial și al legăturii cu mediul de afaceri și organizațional, precum și al formării de profesioniști cu competențe relevante pentru piața globală a muncii.



Prof.univ.dr.habil Costel Negricea, Rectorul Universității Româno-Americane

Fondată în 1991 de către Prof.univ.dr. Ion Smedescu, într-un moment de transformare profundă a sistemului educațional românesc, Universitatea Româno-Americană s-a remarcat de-a lungul timpului prin promovarea unui model educațional modern, inspirat din valorile sistemului academic american, pe fondul bogatelor tradiții românești și adaptat cerințelor mediului economic și social contemporan. De-a lungul celor peste trei decenii de activitate, universitatea a format

peste 50.000 de absolvenți care activează astăzi în companii, organizații naționale și internaționale, precum și instituții publice din România și din străinătate. În acest context aniversar, **Prof.univ.dr.habil Costel Negricea, Rectorul Universității Româno-Americane**, a declarat: „Tradiția înseamnă cunoaștere, dar mai poate însemna și răbdare, efort constant și înțelegere. Universitatea Româno-Americană, ajunsă astăzi în acest moment aniversar, a arătat, prin activitatea

constantă de a furniza educație, că și-a găsit un loc pe filonul tradiției. În ceea ce mă privește, în calitate de Rector, am fost în rolul acceptării unei moșteniri. Nu este ușor să accepți o moștenire, dar este important să o înțelegi, să o păstrezi și să o transmiți mai departe. Acum, în 2026, moștenirea este încorporată în tradiție, iar ambele știu că sunt semnele pe care le vedem în absolvenții universității noastre, în bucuria și liniștea părinților care au avut încredere în noi, în cadrele didactice ale universității, adică în membrii familiei Universității Româno-Americane.”

Prin programele sale de studii, inițiativele de cercetare și numeroasele parteneriate internaționale, Universitatea Româno-Americană a consolidat un cadru academic dinamic, orientat spre performanță și deschidere globală. Comunitatea universitară este formată din cadre didactice, cercetători, studenți și absolvenți care împărtășesc valori comune precum excelența academică, responsabilitatea și spiritul antreprenorial.

Universitatea a dezvoltat în timp un portofoliu academic complex, care include astăzi opt facultăți: Facultatea de Afaceri Internaționale, Facultatea de Drept, Facultatea de Educație Fizică, Sport și Kinetoterapie, Facultatea de Finanțe și Contabilitate, Facultatea de Informatică Managerială, Facultatea de Management-Marketing, Facultatea de Psihologie și Științele Educației și Facultatea de Turism și

Managementul Ospitalității.

Anul acesta, se vor finaliza demersurile de acreditare și lansare pentru noi programe de studii în cadrul a două facultăți noi:

Facultatea de Științe Medicale (program de licență în limba română Asistență Medicală Generală) și Facultatea de Arhitectură (program de licență și masterat în sistem comasat, în limba engleză).

STUDENȚI DIN PESTE 50 DE ȚĂRI

În prezent, Universitatea Româno-Americană oferă peste 35 de programe de studii și un mediu educațional internațional alcătuit din studenți din peste 50 de țări, cadre didactice cu experiență din țară și străinătate și o frumoasă comunitate universitară multiculturală dedicată educației și cercetării. Campusul universitar oferă posibilitatea unei experiențe educaționale complete prin spații moderne, centre de cercetare dedicate și tehnologii care îndeamnă la inovație prin educație. Un element distinctiv al universității îl reprezintă facilitarea accesului la educație prin sprijin financiar: 20% dintre studenții înscriși anual la studii de licență în limba română și 10% pentru programele de masterat în limba română beneficiază, pe bază de performanță, de locuri fără taxă. Universitatea Româno-Americană a investit, până în prezent, din resurse proprii, peste 2 milioane de euro pentru a susține nivelul înalt al performanței academice în rândul

tinerilor, prin acordarea a peste 6.200 de burse de performanță (media generală 10), burse de studiu (locuri fără taxă) și burse sociale.

Universitatea Româno-Americană își consolidează dimensiunea internațională printr-o ofertă diversificată de programe și inițiative dedicate studenților interesați de mobilitate academică și competențe interculturale. Instituția găzduiește centre de studiu dedicate limbilor și culturilor asiatice și latino-americane, care oferă oportunități de aprofundare a unor arii geografice și economice tot mai relevante la nivel global. Totodată, prin participarea activă în programul Erasmus+ sau programe de schimburi academice bilaterale, studenții beneficiază de mobilități academice și stagii internaționale, contribuind la dezvoltarea unei experiențe educaționale conectate la spațiul european și internațional.

„Ceea ce a constat, de la bun început într-un obiectiv în sine, consistența în modelarea și pregătirea specifică a studenților noștri, se regăsește în modul de construcție a programelor noastre de studii, astfel că 77% dintre absolvenții universității se angajează în specializarea absolvită sau domenii înrudite. Considerăm o reală oportunitate ce se întâmplă acum, o perspectivă viitoare va fi doar un efect al muncii noastre de astăzi. Iar pentru a păstra firul roșu al tradiției și moștenirii despre care vorbea Rectorul Fondator al Universității Româno-Americană, prioritatea constă în furnizarea

unei educații consistente și asigurarea unui cadru larg de competențe procedurale și, așa cum se întâmplă într-o familie, identificarea împreună a unui mediu de valorizare a acestor competențe”, a completat Prof.univ.dr.habil. Costel Negricea, Rectorul universității.

Privind spre viitor, Universitatea Româno-Americană își propune să continue consolidarea programelor academice, extinderea colaborărilor internaționale și dezvoltarea unor inițiative educaționale inovatoare, menite să pregătească noile generații pentru provocările unei economii globale în continuă transformare.

CALENDAR ANIVERSAR: EVENIMENTE DEDICATE COMUNITĂȚII ACADEMICE ȘI MEDIULUI SOCIO-ECONOMIC

Aniversarea celor 35 de ani de la înființarea Universității este marcată printr-o serie de evenimente desfășurate pe parcursul anului, care aduce în prim-plan comunitatea universitară formată din studenți, profesori, absolvenți și parteneri.

ZILELE UNIVERSITĂȚII (16 – 18 APRILIE 2026)

- **16 aprilie – Festivitatea aniversară.** Evenimentul reunește reprezentanți ai mediului academic, studenți, absolvenți, diplomați, parteneri din mediul de business.
- **17 aprilie – Festivalul Educației.** Eveniment adresat elevilor și studenților, cu ateliere interactive, standuri tematice (facultăți, programe internaționale, cluburi studențești), concursuri și activități desfășurate în campus, momente artistice.
- **18 aprilie – Activități sportive.** Evenimente sportive organizate la baza sportivă din Străulești, dedicate elevilor de liceu, studenților și profesorilor.

Alte repere aniversare în 2026

- 8 mai – Reuniunea care marchează 10, 20 și 30 de ani de la absolvirea facultății
- 8 octombrie – Gala excelenței dedicată absolvenților și partenerilor instituționali
- Lansarea volumului „35 de absolvenți de succes la 35 de ani de excelență academică”.



Homplex își propune afaceri de 70 milioane lei în 2026, după un avans de 31% în 2025

Homplex, companie românească ce dezvoltă soluții pentru siguranță, eficiență energetică și control în domeniul ingineriei și tehnologiei, a încheiat anul 2025 cu afaceri de 57 milioane lei, în creștere cu 31% față de 2024 și țintește 70 de milioane de lei pentru 2026, mizând pe continuarea trendului ascendent al pieței. Evoluția reflectă creșterea volumelor, precum și participarea companiei în proiecte de infrastructură energetică, pe fondul unei cereri mai mari pentru echipamente de detecție și sisteme de monitorizare, generate de reglementări mai stricte și de interesul crescut pentru siguranță și optimizarea consumului de energie. Pentru 2026, compania estimează atingerea unei cifre de afaceri de 70 milioane lei și urmărește depășirea pragului de un milion de produse fabricate în România până la finalul anului curent.

PESTE 200.000 DE DETECTOARE HOMPLEX SUNT DEJA INSTALATE ÎN BUCUREȘTI

„Creșterea a fost determinată în principal de majorarea volumelor vândute, nu de ajustări de preț. Pe segmentul principal de activitate, vânzările de detectoare de gaz, atât radio, cât și cu fir, au crescut odată cu intensificarea verificărilor și orientarea consumatorilor către soluții de siguranță. Peste 200.000 de detectoare Homplex sunt deja instalate în București, ceea ce înseamnă că aproximativ unul din zece locuitori ai capitalei utilizează un astfel de echipament. La nivel național, constatăm o creștere constantă a cererii, susținută de standarde mai stricte de siguranță și de creșterea gradului de informare a utilizatorilor. În paralel, implicarea în proiecte de infrastructură pentru extinderea și conectarea gospodăriilor la rețeaua de gaz a generat o creștere a vânzărilor de fride și echipamente aferente acestor investiții”, a declarat **Bogdan Panainte**, cofondator și CEO al Homplex.



Bogdan Panainte,
cofondator și CEO al Homplex

Compania este prezentă în aproximativ 30% dintre proiectele de extindere a infrastructurii de gaz, ce includ conectarea a peste 300.000 de gospodării la nivel național. Pe segmentul de business adresat clienților rezidențiali și industriali, vânzările au crescut cu aproximativ 10%, susținute de proiectele de infrastructură și instalații. „Creșterea nu vine dintr-o conjunctură și nici din ajustări de preț, ci din faptul că siguranța a devenit o prioritate reală. Pe măsură ce proiectele de infrastructură avansează, volumele cresc natural și se stabilizează”, a subliniat **Bogdan Panainte**. Cea mai mare rată de creștere a fost înregistrată pe segmentul smart metering, unde vânzările au avansat cu 163%. Compania a dezvoltat un dispozitiv care transmite automat indexul contoarelor către o platformă digitală proprie, eliminând astfel necesitatea citirii lunare manuale a indexului de gaz. Proiectul, implementat într-o localitate din județul Sibiu, reprezintă un pas semnificativ în digitalizarea proceselor de distribuție a gazelor naturale și eficientizarea operațiunilor

furnizorilor de utilități. Această soluție inovatoare contribuie la creșterea transparenței și a eficienței în gestionarea datelor de consum. Proiectul a fost implementat inițial împreună cu E.ON Energie și se află în faza de extindere, fiind parte din tranziția furnizorilor de energie către modele bazate pe servicii și date.

Segmentul smart home a consemnat o scădere de aproximativ 8%, compania urmărind recalibrarea portofoliului și reconfigurarea ofertei pentru a o adapta mai eficient cererii și priorităților actuale ale pieței. Pentru 2026, compania vizează eficientizarea gamei de termostate și extinderea portofoliului cu o nouă generație de produse conectate la internet, precum detectoare de gaz și relee, în paralel cu extinderea capacităților platformei de monitorizare și integrarea acestora în ecosistemele furnizorilor de energie.

„Furnizorii de energie sunt deja furnizori de servicii. Noi dezvoltăm tehnologia care îi ajută să înțeleagă ce se întâmplă în rețea și să echilibreze consumul. Practic, datele devin la fel de importante ca energia în sine”, a spus **Bogdan Panainte**.

INVESTIȚII SERIOASE ÎN CERCETARE ȘI DEZVOLTARE

În ultimii 10 ani, Homplex a investit peste 2 milioane de euro în cercetare și dezvoltare, dintre care mai mult de 75% în ultimii patru ani, menținând un buget anual de aproximativ 5% din cifra de afaceri pentru inovare. Strategia companiei rămâne concentrată pe piața locală, unde există aproximativ 6 milioane de consumatori racordați la rețeaua de gaz, și pe extinderea colaborării cu distribuitori și furnizori de energie. Pentru susținerea creșterii, compania pregătește extinderea echipei în zonele de vânzări, operațional și cercetare, în paralel cu consolidarea capacității tehnice.

Event organized by:



AHK

Deutsch-Rumänische
Industrie- und Handelskammer
Camera de Comerț și Industrie
Româno-Germană



econet romania

Urban Renaissance

Sustainable Urban Makeover Through Green & Smart Infrastructure

**28.04.
2026
Bucharest
Crowne Plaza**



With the support of:



PRIMĂRIA
SECTORULUI 6



UrbanizeHub

CITIESOFTOMORROW.RO

Ambalaje personalizate

 globalprint



Ambalaje carton ondulat & carton duplex
Cutii premium rigide

www.tipografia-global-print.ro