

JURNALUL DE AFACERI

nr. 158 | Septembrie 2026 | www.jurnaluldeafaceri.ro

Totul despre afacerile din România



ECOBATEnergy



**ECOBAT ENERGY,
UN ECOSISTEM ENERGETIC COMPLET**



MONITORIZEAZĂ SĂNĂTATEA FABRICII TALE

La fel de simplu ca atunci când îți
verifici smartwatch-ul.



moneo |



**Conectează datele
din producție**



**Transformă datele în
informații**



**Acționează pe baza
informațiilor obținute**

Vizibilitate completă asupra
proceselor de producție
Scanează și află cum
transformi datele în acțiuni.



0269 224 550 | tehnic@ifm.com | ifm.com/ro





La noi se spune că toamna se numără bobocii, adică abia la final putem vedea și evalua cu adevărat rezultatele. Tradițional, este momentul bilanțului în gospodărie, când bobocii au crescut peste vară și multe pericole au trecut deja. În afaceri, însă, care este momentul prielnic?

Pentru a ne corecta direcția, este bine să ne evaluăm periodic afacerile. Suntem sau nu în pas cu strategia stabilită? Am deviat mult? Dacă da, care au fost factorii care ne-au determinat să o facem? Și, urmând acest nou traiect, am obținut rezultate bune sau mai puțin bune? Ce factori au contribuit la aceste rezultate?

Ca antreprenori, suntem învățați să analizăm continuu. Să facem planuri, dar, în același timp, să ne păstrăm flexibilitatea. Să răspundem provocărilor, dar și să profităm din plin de oportunități. Însă ce facem atunci când nu mai vedem oportunități?

Poate că este semnalul să facem un pas înapoi. Nimic nu este, în sine, alb sau negru. Trăim într-un univers colorat în nuanțe de gri. Uneori mai întunecate, alteori mai deschise. Alteori, aproape de alb.

Atunci când totul pare prea întunecat, poate că este momentul să punem stop. Să luăm o pauză. Un moment de respiro. Să ieșim, pentru o vreme, din ritmul minții noastre hiperactive, care, suprasolicitată de prea multe obstacole, poate deveni și mai agitată.

Când nu mai vezi nicio scăpare, deși poate părea contraintuitiv, poate că este momentul să predai controlul. Sau, de fapt, iluzia că deții controlul. Să lași lucrurile în stand-by. Uneori, lucrurile se așază de la sine. Alteori, pauza ne oferă o perspectivă diferită. Cu totul diferită.

În orice caz, ne permite să ne recalibrăm. Să reevaluăm problema. Sau, poate, să nu o mai vedem ca pe o problemă. Să o privim cu ochi străini. Să încercăm o altă abordare.

Nu există o rețetă perfectă pentru reușită. Și poate că reușita nici măcar nu este scopul în sine. Poate că scopul este, de fapt, căutarea. Acea nevoie continuă, aproape insașiabilă, de a găsi sens, de a construi, de a ne demonstra nouă înșine că am realizat ceva.

Cred că nu încetăm niciodată să ne supunem la teste. Și apoi ne mirăm că absolut nimic și nimeni nu ne mai bucură. Când uităm că ceea ce contează cu adevărat este experiența, totul devine gri. Devine rutină. Își pierde înțelesul.

Și atunci... de ce am continua, toamna, să numărăm bobocii? De ce nu ne-am bucura, în schimb, că îi avem?

Nu spun că ar trebui să adoptăm o atitudine defetistă. În schimb, propun ca, toamna aceasta, să ne uităm la momentele frumoase pe care le-am trăit în afaceri, la oamenii și echipele alături de care am construit, la proiectele reușite – indiferent de cât de multe sau de puține au fost – și la viziunile care ne-au inspirat.

Și să facem doar un pas mai departe. Către ziua de mâine și către o toamnă colorată în tonuri calde, ruginii, și nu în tonuri de gri.

Klara Papuc,
Editor Coordonator

Muncă în străinătate sau pe internațional? **Limba nu mai trebuie să fie o problemă.**

Scapă de stres la:



Încărcări, descărcări,
pe șantier sau în
depozit.



Discuțiile cu șeful
sau cu colegii.



Controalele rutiere și
vizitele la autorități.



Cumpărături,
cazare, la benzinărie
sau la medic.

VASCO



<https://vasco-electronics.ro/translator/>

VEZI OFERTA





Mădălina Chița

Director Publicație

„În orice loc mă găsesc și în orice situație mă aflu, îmi doresc să fiu mulțumită și împăcată de mine și de tot ce mă înconjoară. Să ajung să strălucesc, la propriu, ca un diamant de liniște, iubire și mulțumire.”

madalina.chita@jurnaluldeafaceri.ro

Tiberiu Bița

Business Development Manager

„Nu poți opri valurile, însă poți învăța să navighezi.”

Tiberiu.bit@jurnaluldeafaceri.ro

Trumpet Media

Art Editor

„Oprește-te, din când în când, și admiră peisajul. El te admiră pe tine mereu.”

office@trumpet-media.ro

Evelina Barbu

Editor

„O zi fără creație este o zi pierdută.”

evelina.barbu@jurnaluldeafaceri.ro

Elena Stoian

Office Manager

„A gândi este ușor, dar a-ți transpune gândurile în fapte este cel mai dificil lucru.”

elena.stoian@jurnaluldeafaceri.ro

Klara Papuc

Editor Coordonator

‘Oamenii care sunt suficient de nebuni ca să creadă că pot schimba lumea sunt și cei care o fac.’

klara.papuc@jurnaluldeafaceri.ro

Constantin Țurțulea

Head of Business Development

„Perseverența e cheia succesului!”

ct@jurnaluldeafaceri.ro

Alexandru Berariu

Desktop Publisher

„Am învățat că știința este o cunoaștere organizată”

alex.berariu@jurnaluldeafaceri.ro

În acest număr

ȘTIRI

8

Știrile care te interesează



ECONOMIE

20

Investițiile publice,
cheia relansării economiei
României



ENERGIE

30

Power Electric,
soluții de iluminat adaptate
fiecărui proiect



44

ECOBAT ENERGY,
un ecosistem energetic complet



INDUSTRIE

54

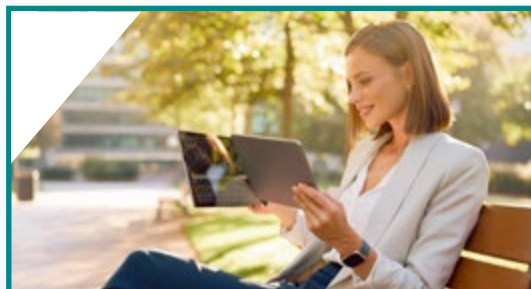
ifm, soluții industriale
pentru o gamă largă de aplicații



FINANȚE

62

Comportamentul investitorilor
în era digitală



TRANSPORT

72

DUCODAN, un reper al transportului de persoane din vestul României



FMCG

82

UNIVER îmbină gusturile autentice cu așteptările consumatorilor



92

Produsele premium cresc, în pofida unei piețe sensibile la preț



START-UP

102

AI Operating System: stratul care leagă toate sistemele unei companii



ASOCIAȚII

112

Asociațiile de business și rolul lor în dezvoltarea mediului de afaceri



RESURSE UMANE

122

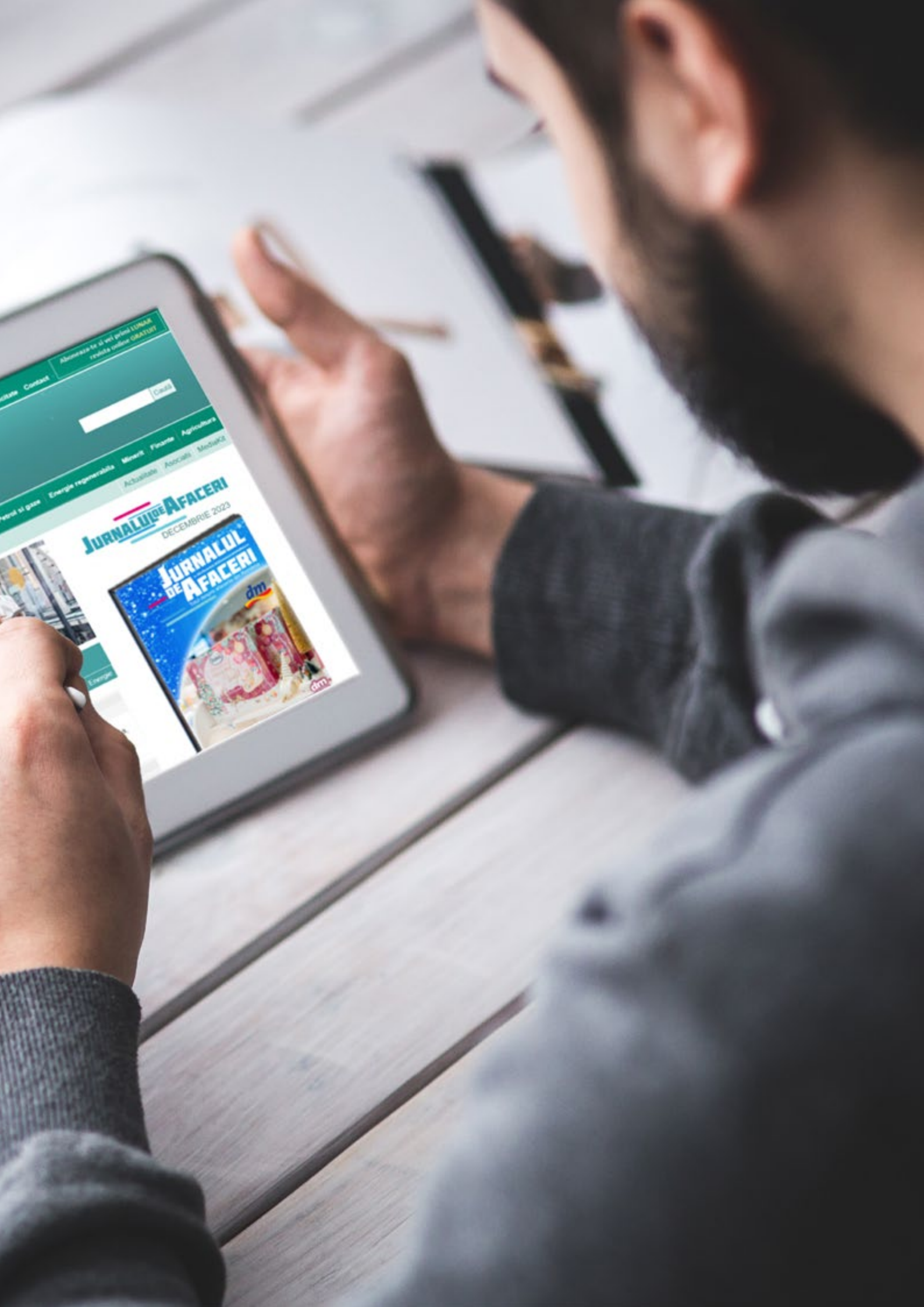
Quiet Hiring, o nouă tendință pe piața muncii



8

ȘTIRI





Complexitatea raportărilor fiscale, principala provocare pentru companiile multinaționale

Complexitatea reglementărilor fiscale, în special cele legate de transparență și de raportare, reprezintă principala provocare de politică fiscală pentru companiile multinaționale (65%) pentru al treilea an consecutiv, iar multe dintre acestea (84%) se așteaptă la extinderea acestor obligații în următorii doi-trei ani, potrivit Deloitte 2026 Global Tax Policy Survey. Astfel, 40% dintre participanții la studiu consideră înmulțirea cerințelor de conformare principalul factor care afectează operațiunile companiilor. Totodată, în contextul evaluării unor noi investiții, stabilitatea și predictibilitatea fiscală contează într-o măsură similară cu nivelul general al taxelor (între 50 și 60%).

Digitalizarea sistemelor fiscale preocupă,

de asemenea, companiile participante la studiu (56%), dat fiind că promite eficiențizare, atât la nivelul companiilor, cât și al administrațiilor fiscale, dar vine la pachet cu costuri suplimentare și provocări legate de implementare.

Percepția față de utilizarea soluțiilor de conformare fiscală bazate pe inteligență artificială (IA) este în mare parte pozitivă. Principalele beneficii anticipate sunt: o mai mare acuratețe a proceselor fiscale (29%), timp în plus pentru activitățile de bază ale companiei (18%), îmbunătățirea conformării (15%) etc. Însă aceste dotări implică și costuri semnificative de implementare și o complexitate operațională suplimentară (15%).



Soluțiile bazate pe IA sunt considerate factor de eficientizare

În controalele fiscale, soluțiile bazate pe IA sunt considerate factor de eficientizare: inspecții mai rapide și mai eficiente (68%), controale mai bine țintite și, implicit, mai puține solicitări de informații (59%). Pe de altă parte, 45% dintre participanți anticipază că rezultatele generate de IA vor fi mai dificil de înțeles și de contestat.

Administrația fiscală digitală (Tax Administration 3.0) continuă să câștige teren la nivel global – aproape două treimi dintre respondenți (60%) remarcă progrese în implementare în jurisdicțiile în care activează, iar 27% raportează avansuri semnificative. Printre beneficiile așteptate se numără: reducerea timpului și resurselor necesare conformării fiscale (26%), colaborare mai eficientă cu autoritățile fiscale (23%), îmbunătățirea serviciilor oferite contribuabililor (17%), controale fiscale mai puține și mai eficiente (14%). Pe de altă parte, aproape unul din cinci respondenți (19%) consideră că digitalizarea administrației fiscale poate genera costuri suplimentare și o complexitate crescută.

În cazul facturării electronice, percepția privind beneficiile s-a temperat comparativ cu anii anteriori, pe fondul costurilor ridicate de implementare și al cerințelor tehnice tot mai complexe. Simplificarea proceselor de conformare fiscală (36%) este principalul efect pozitiv, în timp ce investițiile semnificative în sisteme și tehnologii (37%) și creșterea complexității operaționale (25%) induc reticență în rândul contribuabililor.

„Concluziile studiului din acest an transmit un mesaj foarte clar - cea mai mare

provocare fiscală pentru companiile din întreaga lume este complexitatea reglementărilor. Combinația dintre obligațiile de raportare, povara conformării și costurile suplimentare generate de digitalizarea fiscală creează o presiune tot mai mare asupra companiilor. Iar rezultatele inițiativelor de simplificare și modernizare întârzie să apară. Situația este similară în România, unde companiile sunt supuse atât reglementărilor fiscale internaționale (impozitul minim global, criterii de sustenabilitate etc.) cât și unui regim fiscal intern tot mai complex, îngreunat în ultimii ani, printre altele, de multiplele cerințe de raportare digitală care, până în prezent, au



reprezentat mai degrabă o povară financiară și administrativă pentru contribuabili decât avantaje, din cauza faptului că datele colectate prin aceste raportări încă nu pot fi prelucrate și utilizate în scopul propus – simplificarea procedurilor pentru contribuabilii corecți, respectiv depistarea timpurie a cazurilor de evaziune - în lipsa unei infrastructuri informatice adecvate la nivelul administrației fiscale”, a declarat Vlad Boeriu, Partener Coordonator Servicii Fiscale și Juridice, Deloitte România.



Vlad Boeriu,
Partener Coordonator Servicii Fiscale și
Juridice, Deloitte România

Eforturile de reducere a complexității trebuie să ocupe un loc central în politica fiscală globală

În aceste condiții, participanții la studiu consideră că eforturile de reducere a complexității și a sarcinilor disproporționate trebuie să ocupe un loc central în politica fiscală globală. Un exemplu de simplificare este cel care a vizat aplicarea impozitului minim global (Pilonul II din reforma OCDE), respectiv introducerea unor mecanisme concepute pentru a reduce povara administrativă atât pentru companii, cât și pentru administrațiile fiscale. Aproximativ 80% dintre respondenți estimează că organizațiile lor vor beneficia de aceste mecanisme, ceea ce indică o aplicabilitate extinsă a noilor reguli.

Însă și în acest caz, nevoia de simplificare rămâne ridicată: 41% dintre participanți consideră că trendul trebuie continuat, iar 58% se așteaptă ca anumite zone de conformare fiscală să devină mai complexe.

În ceea ce privește impactul financiar, 88% dintre respondenți estimează că vor plăti taxe mai mari ca urmare a implementării Pilonului II.

Studiul Deloitte 2026 Global Tax Policy Survey, ajuns la a 13-a ediție, este realizat anual, începând din 2014, în rândul reprezentanților departamentelor de taxe și al directorilor financiari, pentru a analiza impactul noilor reglementări fiscale aplicabile la nivel internațional asupra companiilor din întreaga lume. Studiul din acest an cuprinde opiniile exprimate de peste 1.000 de reprezentanți ai companiilor din 28 de țări.

www.trumpet-media.ro



soluții creative și personalizate
pentru a-ți crește
vizibilitatea online

grafică
machetare
film/ foto
editare video/ foto
conținut social media

vizibilitate
mesaj clar
instrumente AI
produse ușor de înțeles

barter/ colaborare specială
pentru anumite domenii



5 strategii prin care investitorii români își pot adapta portofoliile la fluctuațiile pieței

După o vară în care indicii americani au atins noi maxime istorice, piețele intră într-o perioadă în care volatilitatea poate reveni în prim-plan. Analistii Freedom24,



brokerul european de retail al Freedom Holding Corp., grup financiar listat la Nasdaq, explică ce indicatori ar trebui să urmărească investitorii români în următoarele săptămâni și cum își pot pregăti portofoliile pentru eventuale fluctuații mai ample ale piețelor.

Bursele, sub semnul volatilității până în octombrie

Datele Bank of America arată că intervalul august–octombrie este, istoric, cea mai slabă perioadă de trei luni pentru S&P 500. Randamentul mediu este aproape de zero, iar scăderile temporare tind să fie mai ample. Asta nu înseamnă că piața va scădea automat, ci că investitorii se pot confrunta cu mișcări mai puternice și cu o volatilitate mai ridicată.

„Întrebarea relevantă pentru un investitor în această perioadă nu este dacă va exista o corecție, ci cât de bine este pregătit portofoliul să facă față unor scenarii diferite. Sezonalitatea poate aduce mai multă volatilitate, însă direcția pieței va depinde în primul rând de fundamente – inflație, dobânzi, randamentele obligațiilor, rezultatele companiilor și evoluțiile geopolitice. Într-un astfel de context, disciplina și o structură echilibrată a portofoliului pot conta mai mult decât încercarea de a anticipa momentul perfect pentru a ieși sau a reveni în piață”, explică Radu-Iulian Pădurean, Freedom24.



Principali indicatori de urmărit în perioada următoare

În primul rând, investitorii români ar trebui să urmărească evoluția dobânzilor și mesajele băncilor centrale. Fed a menținut la finalul lunii iulie rata de politică monetară la 3,50%–3,75%, în timp ce inflația rămâne peste țintă. Prin urmare, nu doar decizia din septembrie va conta, ci și tonul adoptat de Fed și BCE în privința următorilor pași. În același timp, randamentele obligațiunilor rămân un indicator important, deoarece o nouă creștere ar putea pune presiune mai ales pe companiile cu evaluări ridicate.

Un alt reper este evoluția prețului petrolului, prin care tensiunile geopolitice se pot transmite rapid către inflație și, implicit, către așteptările privind dobânzile. În zona corporativă, atenția se mută către calitatea profiturilor. După avansul puternic al companiilor implicate în zona de AI, piața va urmări tot mai atent dacă investițiile masive în inteligența artificială se traduc în venituri, marje și fluxuri de numerar solide. Pentru investitorii români, contează și cursul valutar: mișcările dolarului și euro pot amplifica sau diminua randamentul unei investiții atunci când acesta este raportat la leu.

5 strategii prin care investitorii români își pot adapta portofoliile la fluctuațiile pieței

În loc să încerce să anticipeze momentul exact al unei corecții, investitorii pot folosi perioada următoare pentru a-și revizui structura portofoliului. După o perioadă de creșteri, anumite investiții pot ajunge să reprezinte o parte prea mare din portofoliu, ceea ce crește riscul de concentrare. Rebalansarea ajută la readucerea portofoliului mai aproape de structura și nivelul de risc stabilite inițial.

Un alt element important este lichiditatea. O rezervă de numerar oferă flexibilitate în perioadele cu fluctuații mai ample și poate permite ajustări treptate ale portofoliului. În același timp, o expunere prea mare pe cash poate însemna ratarea unei reveniri rapide a pieței.

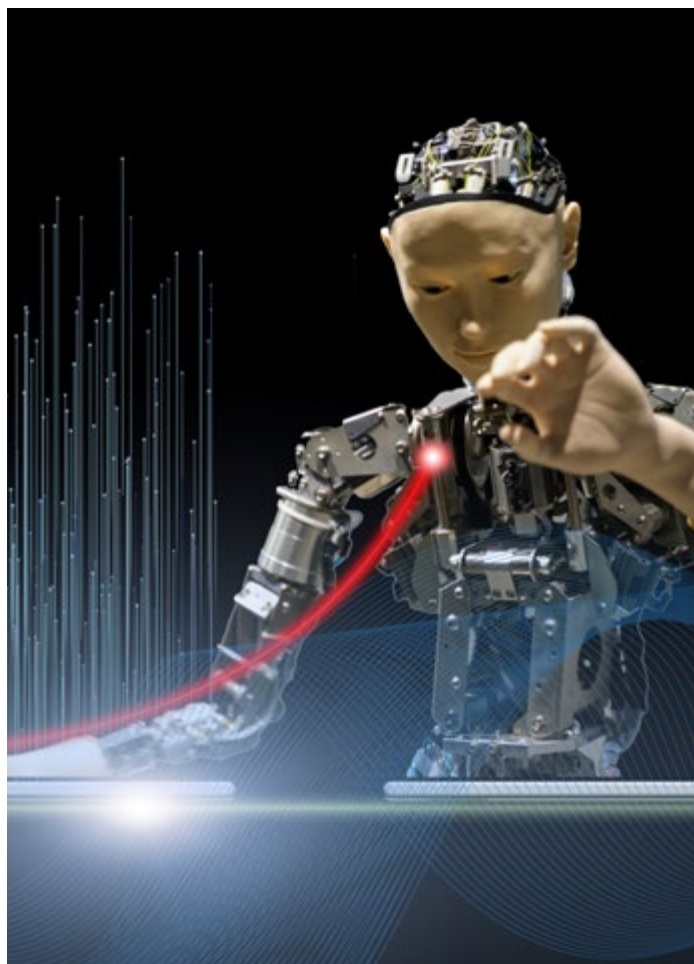
Pentru investitorii cu un orizont mai lung, un alt aspect important este împărțirea portofoliului între o componentă de bază, construită în jurul obiectivelor pe termen lung, și una tactică, mai flexibilă, destinată ajustărilor punctuale. Totodată, etapizarea investițiilor poate reduce dependența de alegerea unui singur moment de intrare în piață.

Diversificarea rămâne, de asemenea, importantă într-un context volatil. Pe lângă acțiuni, portofoliul poate include, în funcție de profilul de risc, obligațiuni de calitate sau expunere la aur prin ETF-uri, instrumente care pot contribui la reducerea fluctuațiilor și la echilibrarea portofoliului.



Experiența clienților în procesul de despăgubire, diferențiator strategic pentru asigurători

Deși prețul rămâne un criteriu important în alegerea unei polițe de asigurare, experiența din procesul de despăgubire este cea care influențează decisiv dacă un client rămâne sau nu alături de asigurătorul său, potrivit studiului Deloitte *A poor claims experience can drive customers away. How can insurers use AI to help?*. Asigurătorii care reușesc să combine eficiența oferită de inteligența artificială (AI) cu judecata și empatia umană pot reduce costurile operaționale și timpul de soluționare a daunelor, consolidând în același timp încrederea și loialitatea clienților, arată studiul.



Procesul de despăgubire are o influență peste medie asupra deciziei

Deși procesul de despăgubire generează un nivel redus de satisfacție în comparație cu alte elemente ale relației dintre client și asigurător, el are o influență peste medie asupra deciziei viitoare de cumpărare, ceea ce indică o oportunitate importantă pentru creșterea loialității prin îmbunătățirea experienței de daună. Potrivit studiului, factorii care contribuie cel mai mult la percepția pozitivă a clienților față de compania de asigurări sunt suportul oferit, nivelul de cunoștințe al reprezentanților, calitatea comunicării și atitudinea acestora.

Clienții apreciază specialiștii în daune care combină expertiza profesională cu empatia și care asigură o comunicare clară și coerentă pe toate canalele de interacțiune, de la telefon și e-mail până la platformele digitale, oferindu-le sprijin pe întreg parcursul procesului de despăgubire, potrivit studiului. În schimb, procesul de despăgubire este adesea perceput ca fiind complex, fragmentat și insuficient de transparent, în ciuda investițiilor realizate de industrie în digitalizare și automatizare.

Studiul Deloitte a indicat că aplicațiile și site-urile web ale asigurătorilor au cea mai redusă influență asupra deciziei de achiziție viitoare comparativ cu ceilalți factori analizați, ceea ce sugerează că aceste platforme nu reprezintă încă, în sine, un

factor major de fidelizare. Totuși, această concluzie evidențiază și o oportunitate importantă: prin transformarea canalelor digitale în instrumente mai intuitive, mai ușor de utilizat și mai receptive la nevoile utilizatorilor, asigurătorii le pot converti într-un mecanism relevant pentru consolidarea loialității clienților.

„Pe lângă așteptările tot mai ridicate ale clienților, asigurătorii trebuie să răspundă și unui mediu de reglementare aflat într-o continuă evoluție, marcat de cerințe sporite privind protecția consumatorilor, guvernanța datelor, reziliența operațională și utilizarea responsabilă a inteligenței artificiale. În acest context, investițiile în tehnologii care sporesc transparența, trăsabilitatea și eficiența proceselor de despăgubire pot susține atât conformarea la noile cerințe de reglementare, cât și îmbunătățirea experienței clienților”, a declarat Claudiu Ghiurluc, Partener, Audit și Servicii Conexe, Deloitte România.



Claudiu Ghiurluc,
Partener, Audit și Servicii Conexe, Deloitte România



Procese greoaie și termene extinse de soluționare

Studiul arată că mulți clienți se confruntă în continuare cu procese greoaie, termene extinse de soluționare, lipsa unor actualizări clare privind stadiul dosarelor, solicitări repetate de documente și dificultăți generate de utilizarea mai multor canale pentru rezolvarea aceleiași probleme. Inteligența artificială, însă, poate ajuta asigurătorii să anticipeze mai bine nevoile clienților, să faciliteze opțiunile de rezolvare, să reducă disfuncționalitățile dintre canalele de comunicare, să susțină procesul decizional și să accelereze soluționarea daunelor, contribuind astfel la creșterea retenției și a loialității clienților.

„În industria asigurărilor, experiența de despăgubire reprezintă, practic, testul prin care clientul pune la încercare polița, iar rapiditatea răspunsului, transparența procesului și calitatea comunicării influențează direct nivelul de încredere și loialitatea



clienților. Pentru piața din România, unde gradul de penetrare a asigurărilor rămâne sub media europeană, transformarea experienței pe parcursul procesului de despăgubire poate reprezenta una dintre cele mai importante oportunități de diferențiere și creștere sustenabilă”, a declarat Ana Șerban, Director Soluții de Actuarial și de Asigurare, Deloitte România.



Ana Șerban,
Director Soluții de Actuarial și de Asigurare,
Deloitte România

Transformarea digitală poate îmbunătăți semnificativ percepția clienților atunci când contribuie la un proces de despăgubire mai rapid, mai transparent și mai predictibil, iar pentru a valorifica beneficiile AI în gestionarea daunelor, studiul Deloitte recomandă cinci direcții principale de acțiune.

În primul rând, asigurătorii ar trebui să prioritizeze etapele care generează cele mai multe dificultăți pentru clienți, precum notificarea producerii daunei, coordonarea serviciilor de intervenție și integrarea cu furnizorii de servicii, utilizând AI pentru a crește viteza, disponibilitatea, transparența și calitatea comunicării în cele mai importante momente ale procesului de despăgubire.

În al doilea rând, inteligența artificială poate simplifica procesele decizionale și activitățile administrative din spatele fluxului operațional, prin automatizarea colectării documentelor, repartizării dosarelor, actualizării statusului cererilor, procesării plăților și coordonării reparațiilor, permițând specialiștilor să se concentreze pe activități cu valoare adăugată ridicată.

Oamenii trebuie să rămână în centrul interacțiunilor

Totodată, studiul subliniază că oamenii trebuie să rămână în centrul interacțiunilor cu încărcătură emoțională ridicată, iar inteligența artificială ar trebui utilizată pentru a sprijini dezvoltarea competențelor de comunicare și empatia, precum și pentru a oferi recomandări și informații relevante în timp real echipelor care gestionează dosarele complexe de daună.

O altă recomandare vizează orientarea clienților către canalul de comunicare cel mai potrivit și asigurarea continuității experienței între aplicații mobile, platforme online, call-center, inspectori de daune și parteneri de reparații, astfel încât interacțiunea să fie mai simplă și mai fluentă.

De asemenea, este recomandată extinderea indicatorilor utilizați pentru evaluarea performanței procesului de despăgubire, prin includerea unor criterii precum nivelul de încredere, calitatea comunicării, continuitatea experienței între canale, intenția de cumpărare viitoare și retenția



clienților, alături de indicatorii tradiționali referitori la costuri și durata de soluționare a daunelor.

Studiul Deloitte se bazează pe aproape 4.000 de evaluări ale clienților din sectorul asigurărilor generale (Property & Casualty), colectate pentru 12 companii de asigurări din SUA, și examinează factorii care influențează atât satisfacția consumatorilor, cât și intenția acestora de a continua relația cu asigurătorul.





ECONOMIE

CHEIA RELAN



INVESTITIILE PUBLICE, INSĂRI ECONOMIEI ROMÂNIEI

SUCCESUL ECONOMIC AL ROMÂNIEI VA DEPINDE ÎN MARE MĂSURĂ de folosirea acestor oportunități pentru a construi o economie mai modernă, mai competitivă și mai rezilientă

România traversează o perioadă plină de provocări. Creșterea economică încetinește, consumul este afectat de inflație și de măsurile de consolidare fiscală, iar spațiul de manevră al autorităților este limitat de deficitul bugetar ridicat și de costurile tot mai mari ale finanțării. În acest context, investițiile publice pot deveni una dintre cele mai importante pârghii pentru relansarea economiei, cu condiția ca banii să fie direcționați către proiecte care generează valoare pe termen lung.

MÂNIEI
A
pentru
rână,





Datele Comisiei Europene arată cât de dificil este momentul actual. Potrivit estimărilor, se estimează ca economia României să crească cu numai 0,1% în acest an, după un avans de 0,7% în 2025. Pentru 2027 este anticipată o revenire la o creștere de 2,3%. În același timp, deficitul bugetar este prognozat să coboare de la 7,9% din PIB în 2025 la 6,2% în 2026.

Într-o economie aflată sub presiunea consolidării fiscale, investițiile publice capătă astfel o importanță strategică. Ele pot susține activitatea economică într-un moment în care consumul gospodăriilor este mai slab, pot crea cerere pentru companiile locale și pot îmbunătăți infrastructura de care depinde competitivitatea României.



O economie care are nevoie de un nou motor de creștere

Modelul economic bazat în principal pe consum și pe creșterea veniturilor populației a susținut economia românească în ultimii ani, însă limitele acestuia au devenit tot mai vizibile. Atunci când inflația rămâne ridicată, iar politicile fiscale impun măsuri de temperare a cheltuielilor, consumul nu mai poate avea aceeași contribuție la creșterea produsului intern brut.

Comisia Europeană estimează că, în 2026, consolidarea fiscală și inflația ridicată vor continua să afecteze veniturile disponibile și consumul intern. În același timp, indicatorii privind vânzările cu amănuntul, producția industrială și turismul intern indică o activitate economică mai slabă.

În aceste condiții, investițiile devin esențiale. Spre deosebire de cheltuielile destinate exclusiv consumului imediat, investițiile în infrastructură, energie, transport, sănătate, educație sau digitalizare pot produce efecte economice pe o perioadă mult mai lungă.

Investițiile în infrastructură, energie, transport, sănătate, educație sau digitalizare pot produce efecte economice pe o perioadă mult mai lungă

Un drum modernizat reduce timpul și costurile de transport. O rețea feroviară eficientă crește mobilitatea forței de muncă și poate susține dezvoltarea unor regiuni întregi. O infrastructură energetică modernă poate reduce vulnerabilitatea economiei în fața fluctuațiilor de preț. O administrație digitalizată poate diminua costurile atât pentru stat, cât și pentru mediul privat.

Aceasta este diferența dintre o simplă cheltuială bugetară și o investiție publică bine făcută.





Investițiile publice au un efect de multiplicare

Un proiect public important nu înseamnă doar banii cheltuiți de stat pentru construirea unei autostrăzi, a unei căi ferate sau a unui spital. În jurul proiectului se formează o întreagă activitate economică.

Companiile de construcții au nevoie de angajați, utilaje și materiale. Furnizorii locali primesc contracte, transportatorii sunt solicitați, iar serviciile conexe beneficiază de o cerere suplimentară. Veniturile obținute de angajați și companii se întorc parțial în economie prin consum, investiții și plata taxelor.

Efectul nu se oprește însă în momentul finalizării lucrării. O infrastructură mai bună poate schimba comportamentul investitorilor și poate determina companiile private să își extindă activitatea în zone care anterior erau mai greu accesibile.



De aceea, investițiile publice trebuie privite ca o fundație pentru investițiile private. Statul nu poate și nu trebuie să înlocuiască mediul privat, însă poate crea condițiile în care companiile să fie dispuse să investească mai mult.

Comisia Europeană anticipează că formarea brută de capital fix din România va continua să se accelereze în 2026, iar investițiile în infrastructura publică ar urma să crească pe măsură ce proiectele finanțate prin Planul Național de Redresare și Reziliență se apropie de finalizare.

Pentru România, problema investițiilor publice este strâns legată de capacitatea de a utiliza fondurile europene. Într-o perioadă în care deficitul bugetar limitează posibilitatea finanțării tuturor proiectelor exclusiv din resurse interne, fondurile europene reprezintă o sursă esențială de capital pentru dezvoltarea infrastructurii.

Țara noastră beneficiază în prezent atât de proiecte finanțate prin politica de coeziune, cât și de fonduri asociate mecanismului de redresare și reziliență. Potrivit Comisiei Europene, politica de coeziune a devenit una dintre principalele surse ale investițiilor publice din România, iar valoarea proiectelor selectate ajunsese la 94,3% din alocarea totală la nivelul lunii martie 2026.

România investește mult, dar trebuie să investească mai bine

Una dintre particularitățile situației actuale este faptul că România are deja un nivel ridicat al investițiilor publice raportat la produsul intern brut. Comisia Europeană arată că investițiile publice au ajuns la un nivel excepțional de ridicat în 2025 și estimează continuarea creșterii în 2026. Totodată, instituția atrage atenția asupra calității, priorizării și sustenabilității acestor cheltuieli după încheierea perioadei de vârf a fondurilor europene pentru redresare.

Aici se află una dintre cele mai importante provocări pentru România. Nu este suficient ca statul să cheltuiască mai mult pentru investiții. Este necesar ca fiecare leu investit să genereze un beneficiu economic și social cât mai mare.

În trecut, România a avut numeroase proiecte începute și abandonate, lucrări întârziate sau investiții care nu au fost suficient corelate cu nevoile reale ale economiei. O strategie modernă trebuie să schimbe această abordare.



O investiție publică trebuie analizată nu doar prin prisma costului inițial, ci și prin efectele pe care le produce asupra economiei în următorii zece, douăzeci sau chiar treizeci de ani





Infrastructura poate schimba harta economică a țării

Dintre domeniile în care investițiile publice pot avea un impact major, infrastructura de transport ocupă un loc central. România are încă diferențe importante între regiuni în ceea ce privește accesibilitatea și conectarea la marile piețe.

Finalizarea autostrăzilor și drumurilor expres, modernizarea căilor ferate și dezvoltarea infrastructurii logistice pot reduce costurile companiilor și pot facilita extinderea activităților economice.



Energia, o prioritate strategică

Investițiile publice în energie pot avea un efect deosebit de important într-o perioadă în care prețurile și securitatea energetică au devenit teme centrale pentru economiile europene.

România dispune de resurse și de un potențial important în domeniul energiei regenerabile, dar dezvoltarea acestora necesită infrastructură. Rețelele de transport și distribuție trebuie modernizate pentru a putea integra noi capacități de producție, iar sistemele de stocare devin tot mai importante.

În 2026, România are deja proiecte de investiții sprijinite la nivel european în domeniul stocării energiei și al transportului feroviar, ceea ce arată că direcția investițională nu mai este limitată la infrastructura rutieră tradițională.

Investițiile în energie pot reduce vulnerabilitatea economiei și pot crea condițiile necesare pentru dezvoltarea unor industrii noi. În același timp, modernizarea infrastructurii energetice poate contribui la reducerea costurilor pentru companii și gospodării pe termen lung.

Investițiile trebuie să stimuleze productivitatea

Relansarea economiei nu poate însemna doar mai multe șantiere. România are nevoie de investiții care să crească productivitatea.

Digitalizarea administrației, dezvoltarea infrastructurii informatice, susținerea cercetării și inovării și modernizarea sistemului educațional sunt esențiale pentru ca economia să poată trece la o etapă superioară de dezvoltare.

Fondurile europene pot avea un rol important în această transformare. Comisia Europeană arată că aproximativ 4,35 miliarde de euro din Fondul european de dezvoltare regională sunt alocate pentru cercetare, inovare și competitivitatea IMM-urilor în România.

România are nevoie de investiții care să crească productivitatea

Astfel de investiții sunt mai puțin vizibile decât o autostradă, dar pot avea efecte economice puternice.

Prin urmare, investițiile publice pot fi cheia relansării economiei românești, dar numai dacă sunt transformate din simple cheltuieli bugetare în infrastructură, productivitate și competitivitate. În anii următori, succesul economic al României va depinde în mare măsură de capacitatea statului de a folosi această oportunitate pentru a construi o economie mai modernă, mai competitivă și mai rezilientă.



P

A



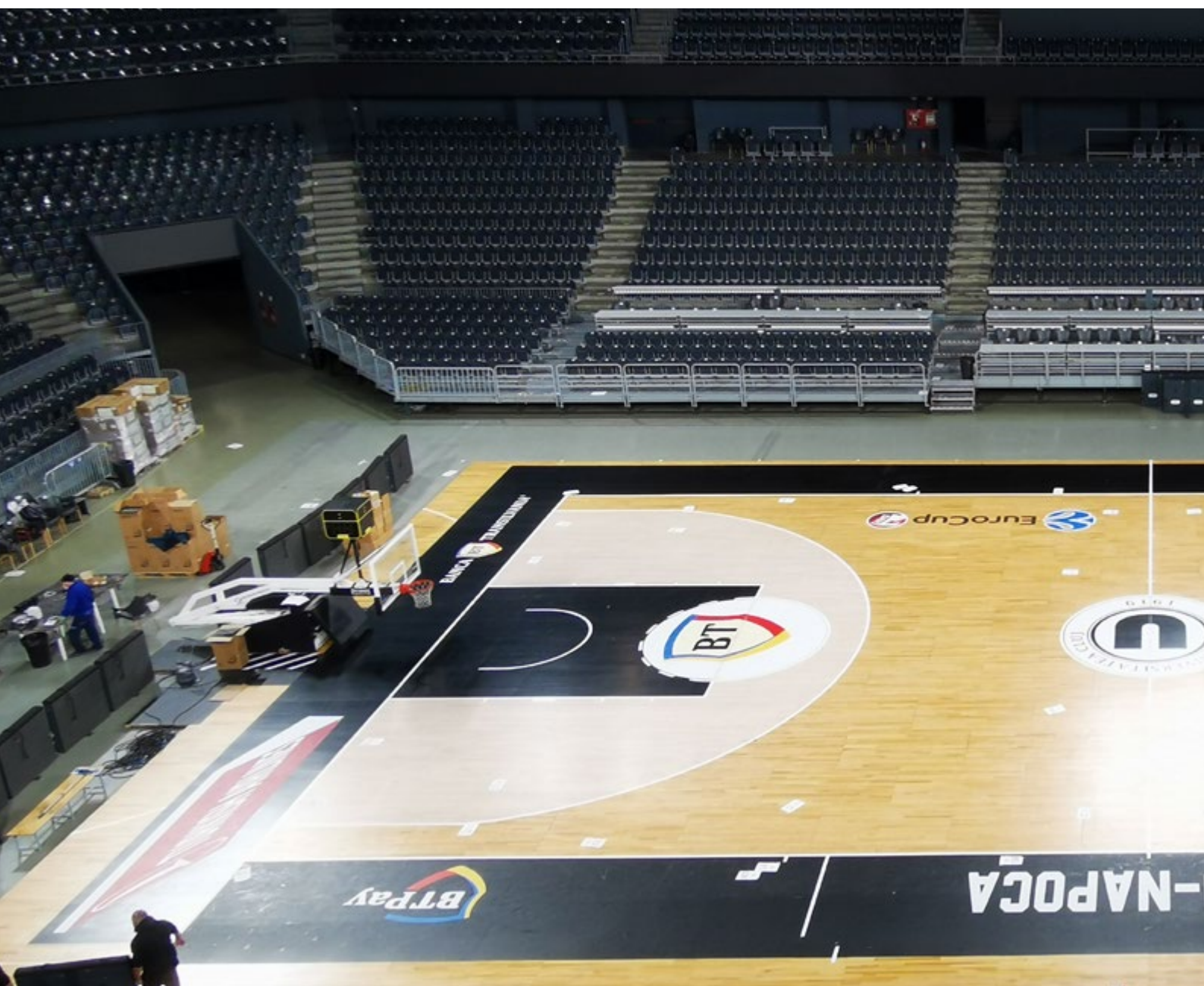
ENERGIE

POWER ELECTRIC, SOLUȚII DE ILUMINAT ADAPTATE FIECĂRUI PROIECT



ROLUL COMPANIEI ESTE SĂ ADUCĂ ÎMPREUNĂ proiectarea, tehnologia, implementarea și punerea în funcțiune, punând la dispoziția clienților soluția optimă

Power Electric, companie care activează pe piață sub brandul Can&Power, are o experiență de peste 30 de ani în domeniul soluțiilor electrice și de iluminat.



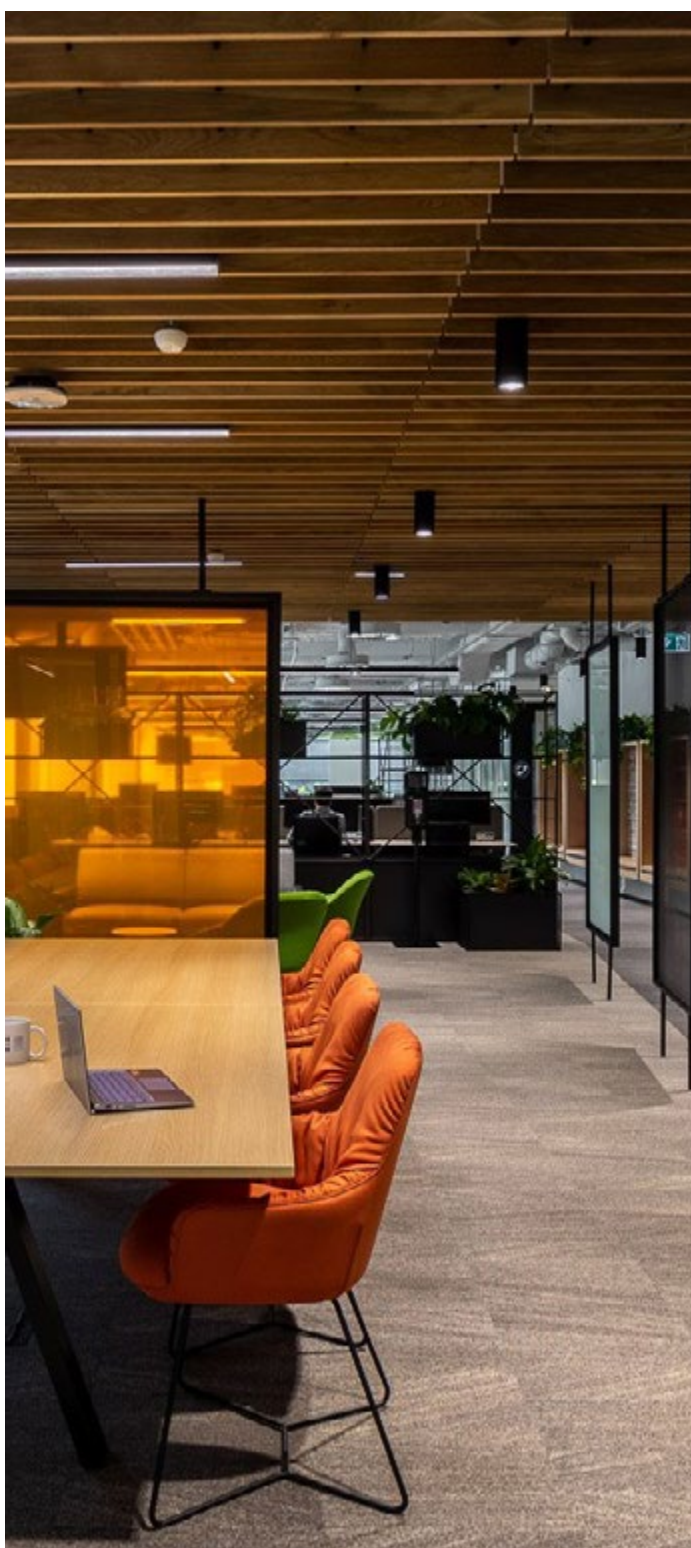
Compania furnizează și integrează soluții pentru iluminat interior, exterior, arhitectural, urban și de siguranță, precum și sisteme avansate de control și automatizare. Portofoliul de servicii include proiectare luminoasă, programarea sistemelor DALI, DALI-2, Dynalite și DMX, integrarea cu sisteme BMS, soluții pentru iluminatul de urgență și baterii centralizate, punere în funcțiune și asistență tehnică.

Prin colaborarea cu producători internaționali importanți și prin experiența acumulată în proiecte complexe, Power Electric urmărește să ofere soluții eficiente, fiabile și adaptate cerințelor reale ale fiecărui beneficiar.



Pentru a afla mai multe despre tendințele actuale din domeniu și soluțiile oferite de companie, am stat de vorbă cu Florin Niculae, Director General Power Electric – Can&Power.





Jurnalul de Afaceri: În ultimii ani se vorbește tot mai mult despre inteligență artificială și sustenabilitate. Cum schimbă tehnologia modul în care gestionăm consumul de energie în clădiri și în orașe?

Florin Niculae: „Cred că, de multe ori, eficiența energetică este redusă la o discuție despre înlocuirea unor echipamente vechi cu unele mai eficiente. În iluminat, de exemplu, se consideră că este suficient să schimbi corpurile convenționale cu unele LED. Este un pas important, dar este doar începutul. Diferența reală apare atunci când sistemul începe să răspundă nevoilor din teren. Să știe dacă există oameni într-o încăpere, câtă lumină naturală intră prin ferestre, care este nivelul traficului într-o anumită zonă sau la ce ore este folosit efectiv un spațiu.

Într-o clădire de birouri nu este normal să avem același nivel de iluminat într-o zonă ocupată și într-una în care nu se află nimeni. La fel, într-un oraș, nu are sens ca o stradă intens circulată și o alee pe care nu trece nimeni să fie iluminate permanent în același mod. Senzorii, sistemele de control și analiza datelor ne permit să folosim energia exact acolo și atunci când este necesară. Inteligența artificială poate adăuga un nivel suplimentar, pentru că nu doar reacționează la ceea ce se întâmplă, ci poate identifica anumite tipare și poate anticipa nevoile. Așadar, nu mai vorbim doar despre echipamente eficiente, ci despre administrarea inteligentă a consumului.!



Pentru WAGO, anul 2026 marchează un moment de referință: 75 de ani de la înființarea unei companii care a transformat modul în care lumea conectează, automatizează și își imaginează infrastructura industrială.

De la prima bornă cu tehnologie de conectare cu arc până la soluțiile inteligente de automatizare și energie de astăzi, WAGO a rămas fidelă unei idei puternice: siguranța și fiabilitatea nu sunt opționale, ci reprezintă standardul.

Astăzi, WAGO este prezentă în peste 80 de țări, are peste 9.000 de angajați la nivel mondial și este recunoscută ca un partener de încredere în industrie, construcții, energie și infrastructură. Cea de-a 75-a aniversare nu este doar o celebrare a trecutului, ci și un omagiu adus viitorului – un viitor construit pe inovație, sustenabilitate și parteneriate solide.



WAGO Showtruck Tour România 2026 – Inovația adusă direct specialiștilor

Pentru a marca această aniversare, WAGO a adus în România una dintre cele mai impresionante platforme mobile de tehnologie din industrie: WAGO Showtruck, un centru mobil de inovație complet echipat, conceput pentru a oferi profesioniștilor acces direct și experiență practică cu cele mai noi soluții WAGO.



Turul a avut loc în perioada 13–17 iulie 2026, cu opriri în orașe importante din România, inclusiv București, Brașov și Cluj-Napoca. Pe parcursul evenimentului, vizitatorii au avut ocazia să participe la:

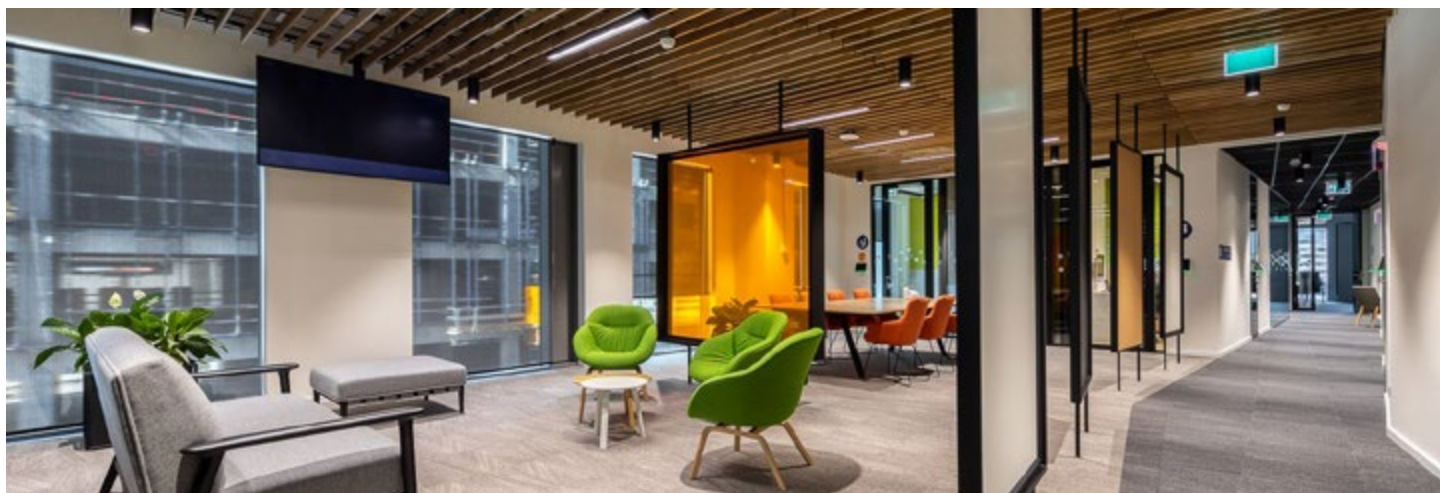
- Demonstrații live ale soluțiilor WAGO pentru automatizare, conectivitate și energie;
- Prezentări tehnice susținute de experții WAGO România;
- Zone interactive pentru testarea echipamentelor;
- Consultanță personalizată pentru proiecte industriale și de infrastructură.

Showtruck-ul a atras sute de ingineri, electricieni, integratori de sisteme, studenți și parteneri din industrie.

Aniversarea de 75 de ani și turneul WAGO Showtruck evidențiază ceea ce definește compania WAGO: inovație cu un scop clar, tehnologie bazată pe fiabilitate și parteneriate construite pentru a rezista în timp.

„Aducerea WAGO Showtruck în România în anul în care sărbătorim 75 de ani de existență a reprezentat mai mult decât o celebrare, a fost un angajament. Ne-am dorit să fim aproape de partenerii noștri, să îi ascultăm, să demonstrăm și să arătăm că inovația are valoare doar atunci când susține proiecte reale și oameni reali. Participarea puternică în toate orașele vizitate confirmă faptul că România este o piață dinamică și orientată spre viitor, iar WAGO va continua să investească în dezvoltarea sa.”

Maya Irschik
General Manager
WAGO România



J.A.: Se discută tot mai des despre tranziția de la Smart Building la Smart City. Cum vedeți această evoluție și ce pași ar trebui să urmeze autoritățile locale?

F.N.: „Un Smart City nu apare peste noapte și nu se construiește prin achiziția unei singure platforme. El se dezvoltă treptat, prin conectarea unor sisteme care, în prezent, funcționează de multe ori separat: iluminatul public, traficul, parcările, transportul, clădirile administrative, școlile, spitalele sau rețelele de energie.

Din punctul meu de vedere, primul pas este ca fiecare investiție nouă să fie gândită și pentru ceea ce va urma. Poate că astăzi o primărie are nevoie doar de un sistem de telegestiune a iluminatului public, dar peste câțiva ani va dori să integreze senzori de mediu, monitorizarea traficului, camere video sau alte servicii.

Dacă soluția cumpărată astăzi este complet închisă și nu poate comunica cu alte sisteme, investiția va deveni rapid o limitare. Autoritățile ar trebui să pornească de la o strategie pe termen lung, nu de la proiecte izolate. Este important să aleagă tehnologii bazate pe standarde deschise, să definească foarte clar ce date vor să colecteze și, mai ales, ce vor face cu aceste date. Nu este suficient să montezi senzori și să afișezi informații într-o platformă. Trebuie să existe oameni și proceduri prin care informațiile respective să fie transformate în decizii.”

J.A.: De ce considerați că iluminatul inteligent poate fi unul dintre primii pași concreți în transformarea unui oraș într-un Smart City?

F.N.: „Iluminatul public are un avantaj foarte important: este deja prezent aproape peste tot. Avem stâlpi, alimentare cu energie și o infrastructură distribuită pe străzi, în parcuri, în piețe și în zonele pietonale. Din acest motiv, iluminatul poate deveni o bază foarte bună pentru dezvoltarea altor servicii inteligente. Pe aceeași infrastructură pot fi integrați senzori de trafic, senzori de mediu, echipamente de comunicație, camere sau diferite aplicații destinate cetățenilor.

Primul beneficiu este, evident, reducerea consumului de energie. Dar sistemele inteligente mai oferă ceva la fel de important: control și vizibilitate. Administrația poate vedea de la distanță dacă un corp de iluminat nu mai funcționează, dacă există o problemă într-un tablou sau dacă într-o anumită zonă consumul este diferit de cel normal. Nu mai trebuie să aștepte ca un cetățean să semnaleze o defecțiune.

În același timp, nivelul de iluminat poate fi adaptat în funcție de oră, trafic sau tipul zonei. Nu înseamnă că lăsăm străzile în întuneric, ci că folosim lumina într-un mod mai inteligent, păstrând siguranța și confortul.”

J.A.: Orașele din România se confruntă cu presiuni tot mai mari privind eficiența energetică. Care sunt cele mai mari provocări pe care le observați și cum pot fi depășite?

F.N.: „Sincer, nu cred că principala problemă este lipsa tehnologiei. Tehnologia există și este disponibilă inclusiv în România.

Problema este că, de multe ori, investițiile sunt analizate aproape exclusiv prin prețul de achiziție. Se compară două produse sau două sisteme și se alege varianta cea mai ieftină, fără să fie calculat costul real de exploatare pe o perioadă de zece sau cincisprezece ani. Un echipament mai ieftin la achiziție poate genera costuri mai mari prin consum, mentenanță, lipsa pieselor de schimb sau imposibilitatea de a fi integrat ulterior într-un sistem mai complex.

O altă problemă este fragmentarea proiectelor. O firmă furnizează corpurile de iluminat, alta sistemul de control, alta comunicația, iar la final nimeni nu mai are responsabilitatea întregii soluții. Când apare o problemă, fiecare spune că partea sa funcționează.

Pentru a depăși aceste dificultăți, cred că trebuie pus mai mult accent pe proiectare, pe compatibilitatea dintre componente și pe responsabilitatea integratorului. Beneficiarul nu cumpără doar niște produse. El trebuie să primească un sistem funcțional, documentat și pregătit să poată fi extins.”





J.A.: Cum contribuie Power Electric, prin proiectele și soluțiile sale, la reducerea consumului de energie și a costurilor de operare?

F.N.: „De multe ori, clienții vin la noi și cer direct un anumit produs. După primele discuții constatăm însă că problema lor nu este doar alegerea unui corp de iluminat, ci modul în care va funcționa întregul sistem.

De aceea, încercăm să pornim de la nevoia reală. Analizăm destinația spațiului, programul de funcționare, lumina naturală, cerințele de siguranță, costurile de mentenanță și posibilitățile de integrare cu alte instalații.

În funcție de proiect, soluția poate include proiectare luminotehnică, corpuri de iluminat eficiente, senzori, control DALI sau DALI-2, sisteme Dynalite, DMX pentru iluminatul architectural, integrare cu BMS, iluminat de siguranță și monitorizare centralizată.

Nu credem în soluții universale. Un spital are alte cerințe decât un depozit, o clădire de birouri, un magazin sau o instalație de iluminat public. Contribuția noastră este tocmai aceasta: să alegem și să integrăm tehnologiile potrivite astfel încât beneficiarul să obțină o instalație eficientă, dar și simplu de exploatat. O soluție foarte sofisticată, pe care personalul nu știe să o folosească, nu este neapărat o soluție bună.”

J.A.: Ce rol au senzorii și datele colectate în administrarea inteligentă a unei clădiri sau a infrastructurii urbane?

F.N.: „Senzorii reprezintă, practic, simțurile unui sistem inteligent. Fără ei, sistemul execută doar niște programe prestabilite. Cu ajutorul lor, poate înțelege ce se întâmplă în realitate.

Într-o clădire, putem afla dacă un spațiu este ocupat, câtă lumină naturală există, ce temperatură este sau cum sunt utilizate anumite zone. Într-un oraș, putem avea informații despre trafic, mișcare pietonală, calitatea aerului, zgomot, temperatură sau funcționarea infrastructurii. Dar simpla colectare a datelor nu rezolvă nimic. Vedem uneori proiecte cu foarte mulți senzori și cu platforme care afișează zeci de grafice, fără să fie clar cine analizează informația și ce decizie se ia în urma ei.



Valoarea apare atunci când datele sunt transformate în acțiuni: modificarea unui program de iluminat, intervenția unei echipe de mentenanță, adaptarea consumului sau reorganizarea modului în care este utilizat un spațiu.

Datele trebuie să ajute oamenii să ia decizii mai bune, nu doar să arate bine pe un ecran.”





J.A.: *Dincolo de pornirea, oprirea sau reglarea iluminatului, unde poate interveni inteligența artificială?*

F.N.: „Inteligența artificială poate observa relații pe care un program clasic nu le identifică atât de ușor. De exemplu, un sistem tradițional poate reduce iluminatul la o anumită oră. Un sistem care analizează date poate învăța că, în anumite zile, într-o zonă există activitate mai mare, că vremea influențează traficul sau că un anumit spațiu este utilizat diferit în funcție de sezon. Pe baza acestor informații, sistemul poate ajusta nivelurile de iluminat fără să fie necesară rescrierea permanentă a programelor.

O altă utilizare importantă este mentenanța predictivă. Analizând consumul, temperatura, numărul de ore de funcționare și eventualele abateri, sistemul poate semnaliza că un echipament începe să funcționeze anormal înainte ca acesta să se defecteze complet.

Totuși, aș evita să folosim inteligența artificială doar pentru că este un termen la modă. În unele proiecte este foarte utilă, în altele un sistem bine proiectat de senzori și automatizări este suficient. Tehnologia trebuie aleasă în funcție de problemă, nu problema inventată pentru a justifica tehnologia.”

J.A.: Ne puteți oferi exemple de proiecte implementate de Power Electric care demonstrează impactul iluminatului inteligent asupra consumului și asupra calității spațiului?

F.N.: „Prefer să nu nominalizez un proiect anume. Toate proiectele la care am lucrat ne sunt dragi, ne mândrim cu ele și fiecare are frumusețea, complexitatea și provocările lui.

De-a lungul timpului am fost implicați în proiecte foarte diferite: stadioane și săli de sport, spitale, clădiri și spații de birouri, hale industriale și fabrici, proiecte de iluminat stradal, iluminat arhitectural, fațade iluminate și fațade dinamice.

Fiecare dintre aceste categorii presupune o abordare diferită. Într-un spital, de exemplu, accentul cade pe siguranță, fiabilitate, confort vizual și integrarea iluminatului normal cu iluminatul de siguranță și cu sistemele de management ale clădirii. Într-o

fabrică sau într-o hală industrială sunt foarte importante eficiența energetică, nivelurile corecte de iluminare, uniformitatea și reducerea costurilor de mentenanță. Într-un stadion sau într-o sală sportivă intervin cerințe stricte legate de iluminarea suprafeței de joc, transmisii TV, control și scenarii de funcționare.

În cazul iluminatului stradal, sistemele inteligente permit reglarea fluxului luminos, monitorizarea consumului și identificarea rapidă a defecțiunilor. La fațade și în proiectele de iluminat dinamic, tehnologia oferă libertate creativă, dar și posibilitatea de a controla foarte precis consumul, scenariile și intervalele de funcționare.

Cred că acesta este unul dintre lucrurile care ne definesc: nu aplicăm aceeași soluție peste tot. Fiecare proiect are propria logică și propriul echilibru între eficiență, funcționalitate, estetică și costuri. Tocmai această diversitate ne-a ajutat să acumulăm experiență și să putem aborda proiecte din ce în ce mai complexe.”





J.A.: Din perspectiva dumneavoastră, cât de pregătite sunt orașele din România pentru adoptarea soluțiilor inteligente și care sunt principalele obstacole?

F.N.: „Situția este destul de diferită de la un oraș la altul. Există administrații care au echipe tehnice bune, o strategie și o înțelegere corectă a tehnologiei. Există însă și proiecte în care termenul „Smart City” este folosit mai mult în prezentări decât în realitate.

Cred că unul dintre obstacole este lipsa continuității. Un proiect începe într-o anumită direcție, apoi se schimbă echipa, se schimbă prioritățile și următoarea investiție este făcută fără legătură cu prima.

Mai există și teama de sisteme complexe. Este de înțeles, pentru că unele administrații au avut experiențe cu tehnologii greu de utilizat sau cu furnizori care nu au mai oferit suport după finalizarea proiectului. De aceea, soluțiile trebuie să fie deschise, documentate și să nu îl facă pe beneficiar dependent pentru totdeauna de un singur furnizor.

România are totuși un avantaj: poate învăța din proiectele implementate deja în alte țări și poate evita o parte dintre greșelile făcute acolo. Nu trebuie să inventăm totul de la zero, dar trebuie să alegem atent ce ni se potrivește.”

J.A.: Pe lângă reducerea consumului, ce schimbări concrete poate aduce iluminatul inteligent în viața unei comunități?

F.N.: „Pentru cetățean, cea mai importantă schimbare este că orașul poate deveni mai sigur și mai confortabil.

Un iluminat corect nu înseamnă neapărat mai multă lumină. Uneori, prea multă lumină, distribuită prost, poate crea orbire, zone de contrast și disconfort. Important este să avem lumina potrivită, acolo unde este nevoie.

Sistemele inteligente pot adapta iluminatul în funcție de circulație, pot semnaliza mai rapid defecțiunile și pot permite administrației să gestioneze diferit o zonă rezidențială, un bulevard, un parc sau o trecere de pietoni.

Există și beneficii legate de mediu. Reducerea consumului înseamnă emisii mai mici, iar controlul atent al luminii poate limita poluarea luminoasă și impactul asupra zonelor rezidențiale sau asupra biodiversității.

În plus, infrastructura de iluminat poate susține și alte servicii. Acesta este, probabil, unul dintre cele mai importante avantaje pe termen lung: investiția nu mai servește unei singure funcții.”

J.A.: Privind spre următorii cinci-zece ani, cum credeți că vor arăta orașele care investesc de acum în infrastructură inteligentă și ce rol își propune să aibă Power Electric?

F.N.: „Cred că diferența dintre orașele care investesc corect acum și cele care amână va deveni foarte vizibilă. Nu mă refer neapărat la lucruri spectaculoase sau futuriste. Un oraș inteligent nu trebuie să arate ca într-un film. Pentru cetățean, inteligența unei infrastructuri se vede prin lucruri foarte concrete: mai puține defecțiuni, intervenții mai rapide, trafic mai bine gestionat, spații publice mai sigure și costuri mai mici pentru comunitate.

Orașele care vor construi sisteme deschise și compatibile vor putea adăuga treptat noi servicii, fără să înlocuiască de fiecare dată întreaga infrastructură. Cele care vor cumpăra soluții izolate riscă să aibă multe «insule inteligente» care nu comunică între ele.

În ceea ce privește Power Electric, noi activăm în această piață de peste 30 de ani. Am început într-o perioadă în care discuția era aproape exclusiv despre corpul de iluminat și sursa de lumină. Astăzi discutăm despre software, senzori, protocoale, integrare și date.



Am evoluat odată cu piața și vrem să continuăm în aceeași direcție. Rolul nostru nu este doar să livrăm echipamente, ci să aducem împreună proiectarea, tehnologia, implementarea și punerea în funcțiune.

Ne dorim să fim implicați în proiecte în care soluțiile sunt alese pentru ceea ce pot oferi pe termen lung, nu doar pentru a îndeplini o cerință minimă într-un caiet de sarcini. În final, un proiect inteligent nu este cel care conține cele mai multe tehnologii, ci acela care funcționează bine, este folosit de beneficiar.”





ENERGIE

UN ECOSI



**ECOBAT ENERGY,
SISTEM ENERGETIC COMPLET**

COMPANIA DISPUNE DE UN DEPOZIT DE PESTE 3.000 MP ÎN ROMÂNIA, o echipă tehnică specializată, centru de service și programe dedicate pregătirii instalatorilor

Ecobat Energy este o companie românească activă în domeniul energiei regenerabile, fiind specializată în furnizarea de echipamente fotovoltaice și soluții pentru producerea, stocarea și gestionarea inteligentă a energiei, destinate aplicațiilor rezidențiale, comerciale și industriale.



Povestea companiei a început în zona bateriilor industriale, prin regenerarea acumulatorilor și valorificarea acestora. Această experiență a demonstrat că un produs ajuns la sfârșitul ciclului de viață poate căpăta o nouă valoare prin tehnologie, expertiză și inovație. Primele activități au fost dedicate regenerării bateriilor industriale, într-o perioadă în care conceptul de economie circulară era încă puțin cunoscut în România. Experiența acumulată în acest domeniu a stat la baza unei dezvoltări constante, de la baterii pentru aplicații industriale la sisteme de stocare a energiei, invertoare hibride și soluții fotovoltaice complete.





Un ecosistem care depășește simpla distribuție de echipamente

Astăzi, Ecobat Energy oferă un ecosistem care depășește simpla distribuție de echipamente. Compania dispune de un depozit de peste 3.000 mp în România, o echipă tehnică specializată, centru de service și programe dedicate pregătirii instalatorilor prin Școala Deye by Ecobat Energy. În paralel, compania dezvoltă și comercializează propriile soluții de stocare, construite pornind de la experiența acumulată în piață și de la cerințele reale ale proiectelor.

Parteneriatul cu Deye reprezintă unul dintre fundamentele care au stat la baza dezvoltării companiei, Ecobat Energy având statutul de Partener Strategic Deye în Europa și Distribuitor Platinum Deye în România. Această colaborare a permis companiei să ofere partenerilor săi acces la tehnologii pentru stocarea și managementul energiei, susținute local prin consultanță, suport tehnic, service și instruire.

„Toate aceste etape au contribuit la consolidarea poziției Ecobat Energy printre principalii jucători din domeniul stocării energiei și al tehnologiilor dedicate tranziției energetice din România. Prin investițiile în infrastructură, oameni și tehnologii, urmărim să contribuim la tranziția de la simpla producere a energiei regenerabile către utilizarea și stocarea inteligentă a acesteia. Ecobat Energy își consolidează astfel poziția pe piața soluțiilor energetice din România și din Europa de Est”, ne-a declarat dl. Theodor Ioannidis, CEO-ul și Fondatorul Ecobat Energy.

Ecobat Energy dispune de un depozit de peste 3.000 mp în România, o echipă tehnică specializată, centru de service și programe dedicate pregătirii instalatorilor

Soluții premium pentru energie fotovoltaică și stocare



0720780001



gm@kirsanenergy.ro



kirsanenergy.ro



PV PARK / AGRAR



PV COMERCIALE



PV REZIDENȚIALE



CARPORTURI



PARCURI
DE STOCARE



STAȚII EV



OPERARE ȘI
MENTENANȚĂ (O&M)



Soluții complete,
de la proiectare
la mentenanță



Tehnologie de vârf
și performanță
pe termen lung



Sustenabilitate
și independență
energetică

Începe acum
drumul spre
independență
energetică



Portofoliul companiei se axează pe soluții complete

În prezent, portofoliul companiei include invertoare hibride, sisteme de stocare a energiei și soluții fotovoltaice complete pentru aplicații rezidențiale, comerciale și industriale. Dacă în urmă cu câțiva ani majoritatea clienților căutau exclusiv panouri fotovoltaice și invertoare, astăzi, discuția se poartă în jurul independenței energetice și a optimizării consumului. În același timp, interesul pentru sistemele de stocare a crescut semnificativ, atât în segmentul rezidențial, cât și în sectorul comercial și industrial, pe măsură ce tot mai mulți clienți înțeleg că bateria nu mai reprezintă un accesoriu, ci o componentă esențială a sistemului energetic.

Piața sistemelor fotovoltaice a cunoscut o dezvoltare accelerată în ultimii ani, iar această evoluție este însoțită de o schimbare majoră de paradigmă: dacă în trecut accentul era pus pe producția de energie, astăzi atenția se mută către gestionarea și utilizarea inteligentă a acesteia.

„Creșterea numărului de prosumatori, fluctuațiile prețurilor la energie și nevoia de stabilitate a rețelei au făcut ca soluțiile de stocare să devină o necesitate. În plus, noile modele de tarifyare și diferențele de preț dintre intervalele orare determină tot mai mulți utilizatori să investească în baterii pentru a-și optimiza consumul și pentru a obține un grad mai mare de independență energetică. Viitorul va aparține sistemelor hibride, în care producția, consumul și stocarea funcționează împreună într-un ecosistem integrat”, este de părere CEO-ul companiei.



Portofoliul companiei include invertoare hibride, sisteme de stocare a energiei și soluții fotovoltaice complete pentru aplicații rezidențiale, comerciale și industriale

Parteneriatul strategic cu Deye în Europa

Într-un domeniu aflat într-o continuă evoluție, alegerea tehnologiilor potrivite este esențială pentru a răspunde nevoilor partenerilor și clienților. Înainte de a alege un nou partener sau furnizor, Ecobat Energy analizează cu atenție fiecare produs și tehnologie, având în vedere criterii precum fiabilitatea, eficiența, scalabilitatea, compatibilitatea cu alte sisteme și disponibilitatea suportului tehnic pe termen lung.

Parteneriatul cu Deye reprezintă un exemplu foarte bun în acest sens. Ecobat a ales să investească într-o colaborare strategică după ce a identificat în Deye un producător capabil să răspundă cerințelor actuale ale pieței și care oferă un echilibru foarte bun între performanță, flexibilitate și inovație. În paralel, compania a făcut un pas firesc către dezvoltarea propriului portofoliu de produse, comercializate sub brandul Ecobat Energy.

Compania a făcut un pas firesc către dezvoltarea propriului portofoliu de produse, comercializate sub brandul Ecobat Energy

„Obiectivul nostru nu este doar distribuția de echipamente, ci construirea unui ecosistem energetic complet, bazat pe tehnologii performante, servicii de calitate și parteneriate solide, dezvoltate pe termen lung cu furnizorii, instalatorii și utilizatorii finali. Experiența acumulată în relația directă cu instalatorii și utilizatorii finali a oferit companiei o perspectivă foarte clară asupra nevoilor din piață și a contribuit la dezvoltarea unor soluții adaptate cerințelor reale ale clienților”, precizează dl. Theodor Ioannidis.





Soluții personalizate și suport tehnic pe termen lung

Ecobat Energy consideră că relația cu clientul nu se încheie în momentul livrării produselor. Dimpotrivă, livrarea marchează începutul unui proces care include consultanță, suport tehnic și servicii post-vânzare. Ecobat a construit de-a lungul timpului un ecosistem complet de servicii, care include consultanță tehnică, suport pentru proiectare, asistență în punerea în funcțiune, service autorizat și programe de instruire pentru instalatori.



Competența tehnică reprezintă unul dintre principalii factori care susțin dezvoltarea acestui sector. De aceea, Ecobat Energy investește constant în atragerea și formarea specialiștilor în domeniul sistemelor fotovoltaice și al serviciilor tehnice, punând un accent deosebit pe formarea profesională și pe dezvoltarea continuă a echipei.

Într-un domeniu atât de dinamic, cunoștințele tehnice trebuie actualizate permanent, iar acest lucru presupune investiții constante în instruire și certificare. În plus, într-o piață aflată într-o continuă schimbare, expertiza tehnică și rapiditatea intervenției fac diferența.

„Căutăm specialiști care îmbină pregătirea tehnică cu abilitatea de a înțelege nevoile reale ale clienților. În prezent, printre cele mai căutate competențe se numără proiectarea și configurarea sistemelor fotovoltaice, integrarea soluțiilor de stocare, automatizarea proceselor și gestionarea platformelor digitale de monitorizare”, menționează reprezentantul companiei.

Ecobat Energy depune toate eforturile pentru a atrage și a forma specialiști în domeniul sistemelor fotovoltaice și al serviciilor tehnice

Sustenabilitatea, în centrul activității Ecobat Energy

Sustenabilitatea se află în centrul activității Ecobat Energy. Soluțiile de stocare contribuie la utilizarea mai eficientă a energiei produse din surse regenerabile și reduc semnificativ dependența de combustibilii fosili. Dincolo de beneficiile economice, aceste sisteme contribuie la reducerea emisiilor de carbon, la creșterea stabilității rețelelor electrice și la diminuarea pierderilor de energie. Fiecare aproximativ 250 kWh de energie solară produsă poate evita o cantitate de CO₂ comparabilă cu cea absorbită de un copac într-un an.

În același timp, tehnologiile moderne, bazate în principal pe celule LiFePO₄, oferă o durată de viață extinsă și un număr mare de cicluri de funcționare, ceea ce susține principiile economiei circulare și ale dezvoltării sustenabile.

Pentru următorii ani, principalele obiective ale Ecobat Energy vizează trei direcții principale: extinderea portofoliului de produse, dezvoltarea serviciilor dedicate partenerilor și consolidarea poziției pe piața soluțiilor de stocare a energiei. Compania va continua să investească în tehnologii noi, în dezvoltarea infrastructurii logistice și în extinderea capacităților de service și instruire.

Principalele obiective ale Ecobat Energy vizează trei direcții principale: extinderea portofoliului de produse, dezvoltarea serviciilor dedicate partenerilor și consolidarea poziției pe piața soluțiilor de stocare a energiei

Promovarea unor soluții energetice eficiente

Ecobat Energy își propune, de asemenea, să contribuie activ la dezvoltarea pieței din România, prin promovarea unor soluții eficiente, sigure și adaptate noilor cerințe energetice. În acest context, Ecobat Energy își extinde constant portofoliul de produse și investește în consolidarea rețelei de parteneri, răspunzând totodată cererii în creștere pentru sistemele de stocare, atât în sectorul rezidențial, cât și în cel industrial.

„Credem că următorul deceniu va aparține companiilor capabile să combine producția de energie, stocarea inteligentă și digitalizarea într-un ecosistem integrat. Ne propunem să contribuim activ la această transformare și la dezvoltarea unei piețe energetice mai eficiente și mai sustenabile”, a declarat, în încheiere, dl. Theodor Ioannidis, CEO-ul și Fondatorul Ecobat Energy.



PENTRU C



INDUSTRIE

ifm, SOLUȚII INDUSTRIALE D GAMĂ LARGĂ DE APLICAȚII



DIGITALIZAREA NU ÎNCEPE CU INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ.

Începe cu datele corecte din producție.

ifm este un furnizor global de soluții pentru automatizare industrială, care sprijină digitalizarea și optimizarea proceselor din fabrici și instalații industriale. De la senzori și sisteme de control, până la software și platforme IIoT, ifm oferă soluții complete pentru colectarea, comunicarea și analiza datelor, contribuind la creșterea eficienței, siguranței și transparenței în producție.



Prin abordarea integrată „de la senzor până la software”, ifm oferă companiilor toate componentele necesare pentru digitalizarea proceselor, creșterea disponibilității utilajelor și optimizarea performanței operaționale.

Portofoliul ifm (<https://www.ifm.com/ro/ro>) acoperă o gamă largă de tehnologii și soluții industriale, printre care: senzori de poziție, proximitate și detecție; senzori de proces pentru presiune, debit, nivel, temperatură și analize de fluide; senzori și sisteme pentru monitorizarea stării echipamentelor (Condition Monitoring); soluții pentru monitorizarea consumurilor de energie și aer comprimat (Energy Monitoring); sisteme de



Driven by
innovation



Eficiență Energetică

Optimizează consumul de energie cu soluțiile noastre inovatoare și sustenabile.



identificare industrială (RFID și identificare optică); soluții industriale Vision și prelucrare a imaginilor 2D și 3D; tehnologii de siguranță pentru utilaje și instalații; comunicație industrială și soluții IO-Link; controlere, module I/O și componente pentru automatizare; platforma IIoT moneo pentru monitorizare, analiză și digitalizarea proceselor; Kit-uri complete Plug&Play pentru aplicații de monitorizare și optimizare industrială și soluții Industry 4.0 pentru colectarea și valorificarea datelor din producție.

Industria trece printr-o perioadă de transformare accelerată. Creșterea costurilor operaționale, presiunea pentru eficiență energetică și nevoia de competitivitate determină tot mai multe companii să investească în automatizare și digitalizare. În acest context, am discutat cu Florin Moloșit, Managing Director al ifm electronic România, despre provocările actuale ale pieței, rolul datelor în procesul decizional și modul în care companiile industriale își pot construi avantajul competitiv al viitorului.

ifm pe scurt

Domeniu: Automatizare și digitalizare industrială

Expertiză: senzori, IO-Link, monitorizare procese, monitorizare energie, condition monitoring, software industrial

Misiune: transformarea datelor din câmp în informații care susțin decizii mai rapide și mai eficiente

Aplicații: eficiență energetică, mentenanță predictivă, monitorizarea proceselor, digitalizarea producției

Prezență: companie internațională cu activitate de peste 20 de ani în România și soluții utilizate în toate industriile.

Jurnalul de Afaceri: Care sunt cele mai importante provocări pe care le observați astăzi în industrie?

Florin Moloșit: „În multe fabrici, provocarea principală nu este lipsa tehnologiei, ci lipsa vizibilității asupra proceselor. Companiile investesc în utilaje moderne și linii automatizate, însă nu întotdeauna dispun de informațiile necesare pentru a înțelege ce se întâmplă în timp real în producție.

Vedem frecvent situații în care costurile generate de consumurile energetice, pierderile de aer comprimat sau opririle neplanificate ale echipamentelor sunt mult mai mari decât estimările inițiale. Aceste costuri nu sunt întotdeauna evidente, dar afectează direct productivitatea și profitabilitatea.

Din acest motiv, tot mai multe companii caută soluții care să le ofere o imagine clară asupra proceselor și să permită luarea unor decizii bazate pe date, nu pe presupuneri”.



J.A.: Pentru ce tipuri de soluții observați cel mai mare interes pe piața românească?

F.M.: „Interesul este din ce în ce mai mare pentru aplicațiile care generează rezultate măsurabile într-un timp scurt.

În ultimii ani am observat o creștere semnificativă a cererii pentru soluții de monitorizare a consumului de energie, monitorizare a sistemelor de aer comprimat și monitorizare a stării echipamentelor. Companiile caută să înțeleagă unde se produc pierderile și unde există oportunități de optimizare.

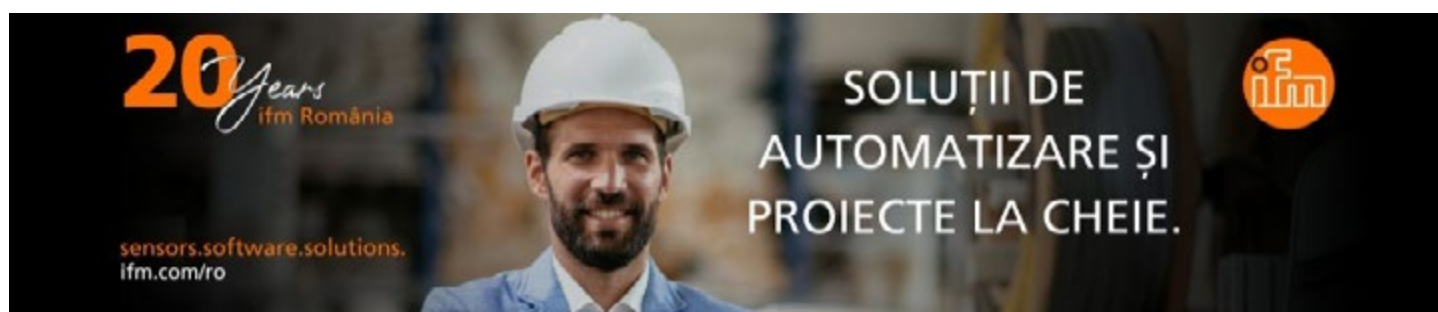
În paralel, există un interes tot mai mare pentru digitalizarea informațiilor din teren și integrarea acestora în platforme software care permit analiza centralizată a datelor și generarea de alarme sau rapoarte relevante pentru management și echipele de mentenanță”.

J.A.: Se vorbește foarte mult despre Industry 4.0 și Smart Factory. Cât de pregătită este piața din România?

F.M.: „Piața a evoluat semnificativ în ultimii ani. Dacă în trecut discuțiile erau concentrate în principal pe automatizarea proceselor, astăzi tot mai multe companii vorbesc despre date, conectivitate și analiza informațiilor generate de echipamente.

Totuși, există diferențe importante între sectoare și între nivelurile de maturitate ale companiilor. Unele organizații implementează deja proiecte complexe de digitalizare, în timp ce altele sunt încă la începutul acestui proces.

Partea pozitivă este că vedem o schimbare de perspectivă. Tot mai mulți manageri înțeleg că digitalizarea nu este un proiect IT, ci un instrument care poate contribui direct la reducerea costurilor, creșterea disponibilității utilajelor și îmbunătățirea performanței operaționale”.



J.A.: Ce rol joacă monitorizarea în timp real și mentenanța predictivă în creșterea competitivității unei companii?

F.M.: „Un rol esențial. În trecut, multe intervenții de mentenanță erau realizate fie după apariția unei defecțiuni, fie la intervale fixe de timp. Astăzi, datorită tehnologiilor moderne de monitorizare, companiile pot identifica din timp semnele care indică o posibilă problemă.

Monitorizarea parametrilor precum vibrațiile, temperatura, presiunea sau debitul permite detectarea anomaliilor înainte ca acestea să producă opriri costisitoare ale producției.

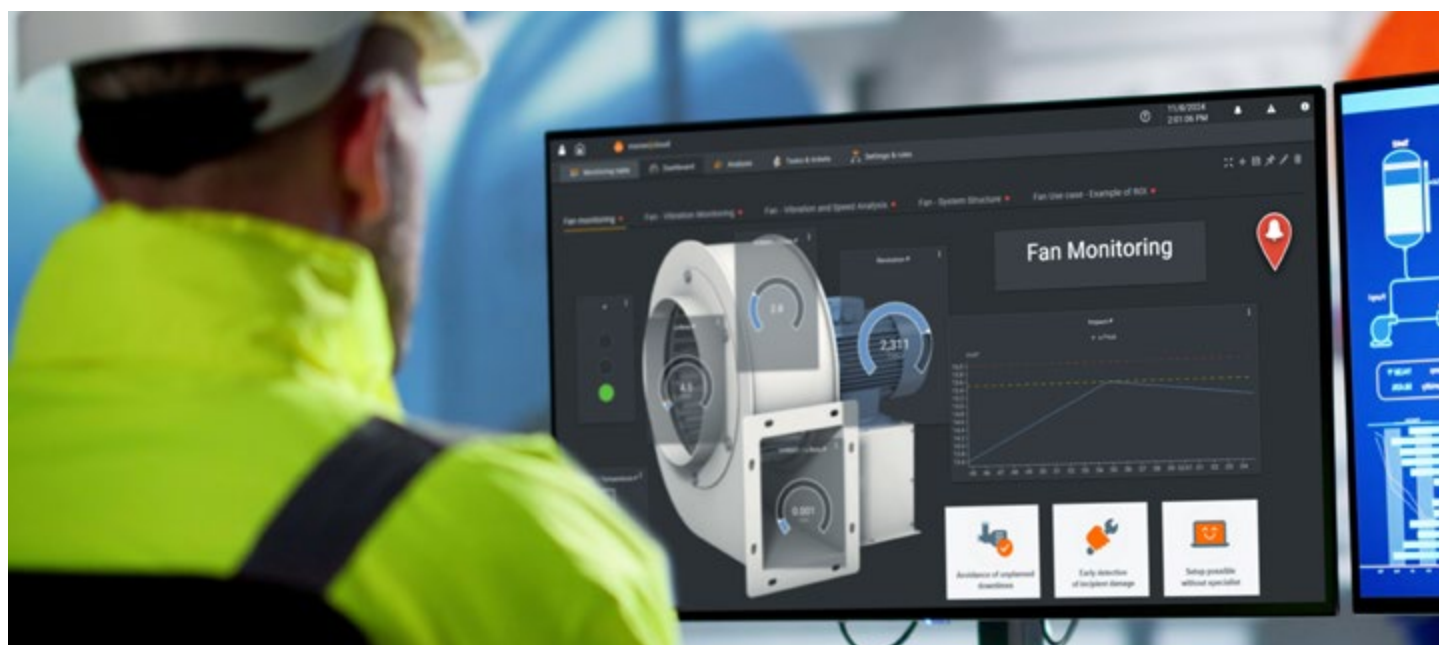
Beneficiul nu constă doar în reducerea numărului de avarii. Companiile obțin o mai bună planificare a intervențiilor, reduc costurile asociate opririlor neplanificate și utilizează mai eficient resursele disponibile”.

J.A.: Care sunt cele mai frecvente obstacole atunci când companiile decid să înceapă un proces de digitalizare?

F.M.: „Cea mai mare provocare este lipsa unei abordări structurate. Uneori există tendința de a porni de la tehnologie înainte de a defini clar obiectivele de business. Întrebarea nu ar trebui să fie Ce tehnologie implementăm?, ci Ce problemă vrem să rezolvăm?.

Cele mai de succes proiecte sunt cele care pornesc de la o nevoie concretă: reducerea consumului de energie, monitorizarea unei instalații critice, eliminarea unui tip recurent de defect sau îmbunătățirea disponibilității unui echipament.

Atunci când obiectivele sunt clare și rezultatele pot fi măsurate, proiectele generează rapid valoare și creează baza pentru extinderea digitalizării către alte procese”.



J.A.: Sustenabilitatea și eficiența energetică au devenit priorități pentru multe companii. Cum răspunde ifm acestei nevoi?

F.M.: „Cred că trebuie să privim sustenabilitatea și eficiența energetică nu doar ca obiective de mediu, ci și ca obiective de business.

Primul pas este întotdeauna măsurarea. Nu poți optimiza ceea ce nu măsoari.

Prin monitorizarea energetică, companiile pot identifica rapid zonele cu consum ridicat, pot compara performanțele dintre diferite linii de producție și pot interveni înainte ca abaterile să genereze costuri suplimentare.

Pe termen lung, aceste informații permit luarea unor decizii mai bune, reducerea consumurilor și utilizarea mai eficientă a resurselor disponibile”.

J.A.: Inteligența artificială este unul dintre subiectele momentului. Cum vedeți impactul acesteia asupra industriei?

F.M.: „Inteligența artificială va avea cu siguranță un rol important în viitorul industriei. Totuși, cred că cea mai mare greșeală este să începem discuția direct cu AI. Inteligența artificială este doar vârful piramidei. Fundamentul îl reprezintă datele.

Dacă datele sunt incomplete, incorecte sau nu sunt colectate în mod consecvent, nici cel mai performant algoritm nu va putea genera rezultate relevante.

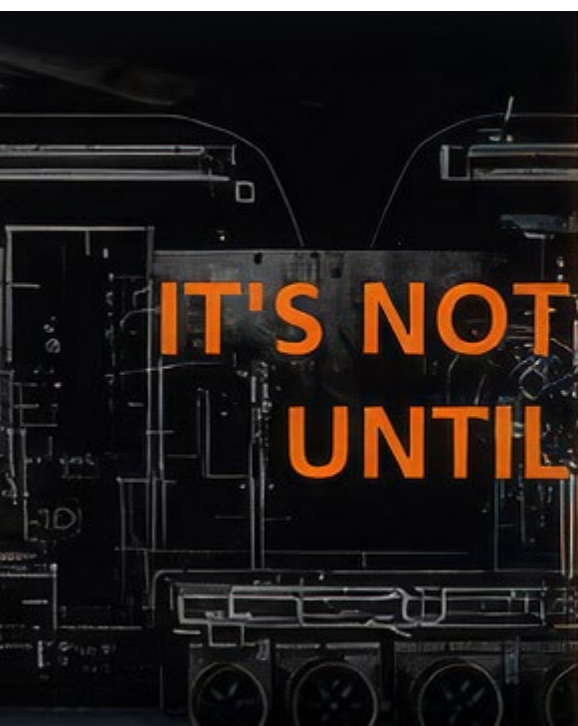
Companiile care vor beneficia cel mai mult de AI sunt cele care își construiesc încă de acum infrastructura necesară pentru colectarea și utilizarea eficientă a datelor din procesele industriale”.

J.A.: Cum vedeți viitorul automatizării industriale în România?

F.M.: „Cred că următorii ani vor aduce o integrare tot mai puternică între tehnologiile de automatizare, platformele software și instrumentele bazate pe inteligență artificială.

Companiile vor căuta soluții care nu doar colectează date, ci le transformă în informații relevante pentru procesul decizional. Accentul se va muta din ce în ce mai mult de la simpla automatizare către optimizarea continuă a performanței.

La ifm, obiectivul nostru este să sprijinim această transformare și să ajutăm companiile să valorifice mai bine datele generate de procesele lor. Suntem convinși că viitorul aparține organizațiilor care reușesc să transforme informația în acțiune și să ia decizii rapide, bazate pe date reale”.



AUTOMATION,
IT'S ORANGE.





FINANȚE

COMPO

A woman with blonde hair, wearing a white blazer and a watch, is sitting on a wooden bench outdoors. She is smiling and looking at a tablet computer. The background is a blurred green landscape with trees and sunlight. The text is overlaid at the bottom of the image.

**RTAMENTUL INVESTITORILOR
ÎN ERA DIGITALĂ**

DIGITALIZAREA A SCHIMBAT MODUL ÎN CARE SUNT LUATE DECIZIILE ÎNSĂ ABUNDENȚA INFORMAȚIILOR POATE FACE DIFICILĂ IDENTIFICAREA CELOR CU ADEVĂRAT RELEVANTE

Piața financiară a trecut în ultimele decenii printr-o transformare profundă, iar digitalizarea a schimbat nu doar instrumentele prin care oamenii investesc, ci și modul în care aceștia iau decizii. Dacă în trecut accesul la piețele de capital era asociat în principal cu investitori profesioniști, brokeri, bănci și consultanți financiari, astăzi aproape orice persoană cu acces la internet poate cumpăra acțiuni, obligațiuni, fonduri de investiții sau alte active financiare direct de pe telefon.



MODUL E, te





Investițiile au devenit mai accesibile

Una dintre cele mai importante schimbări produse de era digitală este accesibilitatea. În trecut, pentru a cumpăra acțiuni sau alte instrumente financiare, un investitor trebuia să apeleze de multe ori la un broker, să deschidă un cont prin proceduri mai complicate și să suporte costuri de tranzacționare mai ridicate. Procesul putea fi descurajant pentru persoanele care aveau sume mici de bani sau care nu erau familiarizate cu piețele financiare.

Platformele digitale au redus semnificativ aceste bariere. Deschiderea unui cont de investiții poate fi realizată în multe cazuri online, iar accesul la piețele internaționale se poate face direct prin intermediul unei aplicații. Investitorii pot urmări prețurile în timp real, pot analiza grafice și pot plasa ordine de cumpărare sau vânzare fără să interacționeze direct cu un intermediar.

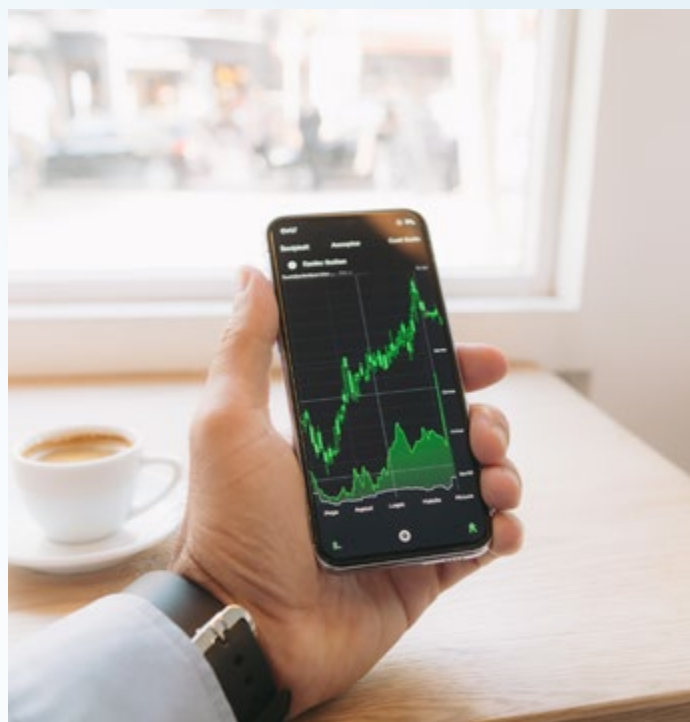
Tot mai mulți tineri intră pe piețele de capital, iar investițiile au devenit parte din conversația obișnuită despre economisire și administrarea banilor

Telefonul mobil, instrument de investiții

Smartphone-ul a schimbat radical relația dintre investitor și piață. În trecut, informațiile financiare erau consultate prin intermediul ziarelor economice, televiziunilor, rapoartelor specializate sau platformelor dedicate. Astăzi, investitorul poate avea în permanență acces la portofoliu și la evoluțiile pieței.

Această disponibilitate permanentă are însă două efecte opuse. Pe de o parte, investitorul este mai bine conectat la ceea ce se întâmplă în economie. Pe de altă parte, accesul continuu la prețuri poate încuraja reacțiile impulsive.

Un investitor care verifică de zeci de ori pe zi evoluția portofoliului poate deveni mult mai sensibil la fluctuațiile de scurtă durată. O scădere temporară a unei acțiuni poate genera anxietate și poate determina o vânzare prematură, chiar dacă fundamentul investiției nu s-a modificat.



Astfel, tehnologia care oferă mai mult control poate contribui, paradoxal, la un comportament mai puțin disciplinat. Investitorul are permanent posibilitatea de a interveni, iar această posibilitate poate fi tentantă chiar și atunci când nu există un motiv real pentru modificarea strategiei.





Digitalizarea a redus dramatic timpul dintre apariția unei informații și reacția pieței

Informația circulă mai repede

Digitalizarea a redus dramatic timpul dintre apariția unei informații și reacția pieței. O decizie a unei bănci centrale, publicarea unor rezultate financiare, o schimbare legislativă sau o declarație a unui lider economic pot ajunge în câteva secunde la milioane de investitori.

Această viteză schimbă comportamentul participanților la piață. Investitorii urmăresc nu doar datele economice, ci și reacțiile celorlalți participanți. Într-un astfel de mediu, sentimentul pieței poate deveni la fel de important, pe termen scurt, precum indicatorii fundamentali.

Problema apare atunci când viteza informației depășește capacitatea investitorului de a verifica informația. Rețelele sociale permit distribuirea rapidă a unor zvonuri, interpretări sau informații neverificate. Un mesaj viral poate influența percepția asupra unei companii înainte ca investitorii să aibă timp să analizeze situația în profunzime.

De aceea, una dintre competențele esențiale ale investitorului modern este capacitatea de a separa informația relevantă de zgomotul informațional.



Rețelele sociale influențează deciziile financiare

Rețelele sociale au devenit un factor important în comportamentul investitorilor. Platformele online permit oamenilor să discute despre companii, acțiuni și strategii de investiții, iar opiniile unor utilizatori pot ajunge la milioane de persoane.

S-a format astfel un nou tip de comunitate financiară, în care investitorii individuali își împărtășesc experiențele și încearcă să identifice oportunități. Pentru un investitor aflat la început de drum, aceste comunități pot reprezenta o sursă utilă de educație și idei. În același timp, ele pot amplifica fenomenul de comportament de turmă.

Atunci când un activ devine foarte popular în mediul online, investitorii pot fi tentați să îl cumpere doar pentru că văd că și alți oameni fac același lucru. Motivația poate fi mai degrabă emoțională decât financiară. Dorința de a nu rata o oportunitate, cunoscută drept „fear of missing out”, poate determina intrarea pe piață după ce prețul a crescut deja foarte mult.

În astfel de situații, rețelele sociale pot accelera atât entuziasmul, cât și panica.

Investitorul modern

Digitalizarea a făcut tranzacționarea mai rapidă și mai simplă, iar acest lucru a influențat și orizontul de timp al unor investitori. În loc să cumpere un activ cu intenția de a-l păstra ani de zile, unii participanți urmăresc fluctuațiile zilnice sau chiar de ordinul minutelor.

Această schimbare nu înseamnă că investițiile pe termen lung au dispărut. Fondurile de pensii, fondurile mutuale și numeroși investitori individuali continuă să construiască portofolii cu obiective pe termen lung. Totuși, existența platformelor de tranzacționare rapide a făcut ca strategiile speculative să fie mai ușor accesibile.

În plus, notificările despre modificarea prețurilor pot crea impresia că fiecare mișcare a pieței trebuie exploatată.

Investitorul poate ajunge să confunde activitatea intensă cu performanța, deși un număr mare de tranzacții nu garantează rezultate mai bune





Costurile reduse schimbă frecvența tranzacțiilor

Scăderea costurilor de tranzacționare a avut un impact important asupra comportamentului investitorilor. Atunci când cumpărarea și vânzarea activelor devin mai ieftine și mai simple, crește probabilitatea ca investitorii să tranzacționeze mai frecvent.

Această evoluție poate fi benefică pentru anumite strategii, dar poate deveni problematică pentru investitorii care reacționează excesiv la mișcările pieței. Tranzacționarea frecventă poate conduce la decizii luate sub influența emoțiilor și poate transforma investițiile într-o activitate apropiată de speculație.

În plus, interfețele aplicațiilor sunt concepute pentru a fi rapide și intuitive. Experiența utilizatorului este importantă, însă simplitatea poate face ca decizii financiare complexe să pară mult mai ușoare decât sunt în realitate.

Educația financiară devine mai importantă

Accesul la informație nu înlocuiește educația financiară. Din contră, într-un mediu în care informațiile sunt foarte numeroase, capacitatea de a le interpreta devine esențială.

Investitorul modern trebuie să înțeleagă diferența dintre o opinie și o analiză, dintre o fluctuație temporară și o schimbare fundamentală de preț, precum și dintre randament și risc. Trebuie să poată evalua sursele pe care le urmărește și să fie conștient de faptul că succesul afișat de alți investitori pe rețelele sociale nu reflectă neapărat întreaga lor experiență financiară.

Educația financiară contribuie și la controlul emoțiilor. Un investitor care înțelege volatilitatea este mai puțin predispus să intre în panică atunci când piața scade și mai puțin tentat să cumpere impulsiv atunci când prețurile cresc rapid.

Investitorul modern trebuie să înțeleagă diferența dintre o opinie și o analiză, dintre o fluctuație temporară și o schimbare fundamentală de preț, precum și dintre randament și risc

Inteligența artificială schimbă analiza investițională

O nouă etapă a transformării digitale este reprezentată de inteligența artificială. Instrumentele bazate pe AI pot procesa cantități uriașe de informații, pot identifica modele și pot ajuta investitorii să analizeze companii și piețe într-un timp mult mai scurt.

Pentru investitorii individuali, aceste tehnologii pot reduce diferența de acces la informație dintre aceștia și participanții profesioniști. Analiza documentelor financiare, interpretarea unor indicatori și monitorizarea știrilor pot fi automatizate într-o măsură tot mai mare.

Totuși, inteligența artificială nu elimină riscul investițional. Un algoritm poate analiza datele disponibile, dar nu poate garanta evoluția viitoare a unei acțiuni sau a unei economii. În plus, rezultatele generate de instrumentele AI depind de calitatea datelor și a modelelor utilizate.

Inteligența artificială devine mai degrabă un instrument suplimentar pentru investitor decât un substitut pentru judecata financiară

Prin urmare, era digitală a transformat profund comportamentul investitorilor. Accesul la piețele financiare este mai simplu, informația circulă aproape instantaneu, costurile de tranzacționare au scăzut, iar instrumentele tehnologice permit fiecărui investitor să își administreze portofoliul cu o autonomie mult mai mare. În același timp, noile oportunități vin la pachet cu riscuri noi. Rețelele sociale pot amplifica comportamentul de turmă, aplicațiile pot încuraja tranzacționarea excesivă, iar abundența informațiilor poate face dificilă identificarea celor cu adevărat relevante. Inteligența artificială va transforma în continuare modul în care sunt analizate piețele, însă nu va elimina incertitudinea și riscul.





TRANSPORT

UN RE
PERSO



**DUCODAN,
PER AL TRANSPORTULUI DE
OANE DIN VESTUL ROMÂNIEI**

COMPANIA CONTINUĂ SĂ FACĂ PAȘI CONCREȚI PENTRU DEZVOLTAREA ACTIVITĂȚII, investind în modernizarea flotei, în digitalizarea activității și în dezvoltarea serviciilor

DUCODAN activează de peste 30 de ani în domeniul transportului de persoane, însă ultimul deceniu a fost, probabil, cea mai intensă perioadă din istoria companiei. Piața transportului s-a schimbat profund, iar cerințele clienților au devenit din ce în ce mai ridicate.



Pentru DUCODAN, evoluția nu a însemnat doar creșterea numărului de autocare sau a contractelor, ci mai ales investiții constante în calitatea serviciilor

Pentru DUCODAN, evoluția nu a însemnat doar creșterea numărului de autocare sau a contractelor, ci mai ales investiții constante în calitatea serviciilor. Compania a modernizat flota, a investit în tehnologie, în service-ul propriu și în dezvoltarea echipei. În același timp, a traversat provocări importante, precum pandemia, care a pus la încercare întregul sector al transporturilor. Fiecare dificultate a fost tratată însă ca o oportunitate de a deveni o companie mai eficientă și mai bine organizată.





O companie matură și bine pregătită

Astăzi, DUCODAN este o companie mai matură, mai bine pregătită și mai orientată către nevoile clienților decât era acum zece ani, capabilă să facă față provocărilor din acest domeniu de activitate.

Costurile de operare cresc constant, legislația este într-o continuă schimbare, iar deficitul de personal calificat rămâne una dintre cele mai presante probleme ale întregului sector. Compania încearcă să răspundă acestor provocări prin investiții, planificare riguroasă și relații solide atât cu angajații, cât și cu partenerii.

„Un avantaj real pe care îl avem în acest context este experiența acumulată în peste trei decenii de activitate, un capital care ne permite să anticipăm schimbările și să ne adaptăm rapid atunci când piața o cere”, ne-a declarat dl. Iosif Lazăr, Director General DUCODAN.

Descoperă
cardul OMV



OMV



Partenerul de mobilitate al companiei tale

Gestionează flota mai ușor, cu
alimentare sigură și fără numerar.
Ai acces la o rețea extinsă de stații,
servicii și produse adaptate nevoilor
companiei tale.

Află toate
beneficiile
cardului OMV





Seriozitate și punctualitate pentru clienți

Una dintre principalele direcții de activitate este transportul angajaților pentru companii. Dacă în trecut companiile căutau un simplu furnizor de transport, astăzi criteriile s-au schimbat fundamental. Predictibilitatea, flexibilitatea și siguranța au devenit la fel de importante ca prețul, uneori chiar mai importante. Punctualitatea, în special, nu mai este un simplu detaliu operațional. O întârziere de câteva minute poate afecta întreaga activitate a unei fabrici sau a unui centru logistic. Clienții își doresc comunicare rapidă, trasee adaptabile și un partener care reacționează prompt când apar schimbări.



Tocmai această realitate a modelat și modul în care DUCODAN și-a construit portofoliul de servicii. Nu ca o simplă listă de rute, ci ca un set de soluții gândite în jurul nevoilor reale ale clienților: transport regulat pentru angajați, curse ocazionale, evenimente corporative, team-buildinguri și deplasări internaționale, toate sub același acoperiș.

„Cererea reflectă această diversificare. Companiile organizează tot mai multe evenimente, team-buildinguri și deplasări, iar unul dintre avantajele pe care clienții îl apreciază în mod explicit este posibilitatea de a găsi toate aceste servicii la același partener. O creștere vizibilă vine și dinspre segmentul internațional și al curselor ocazionale, un teritoriu în care confortul și calitatea autocarului au ajuns să conteze la fel de mult ca punctualitatea”, precizează dl. Lazăr.

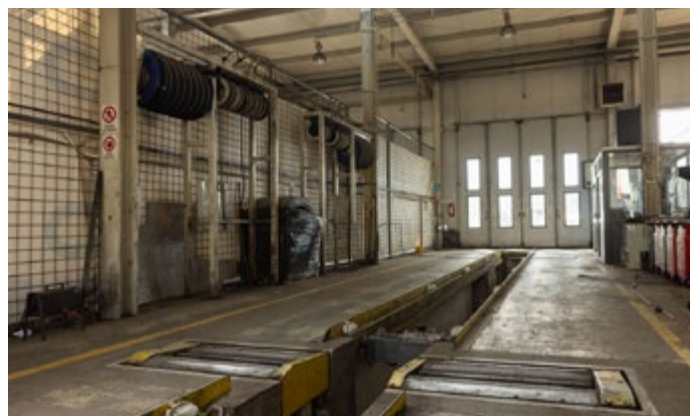
DUCODAN și-a construit portofoliul de servicii, nu ca o simplă listă de rute, ci ca un set de soluții gândite în jurul nevoilor reale ale clienților

Flota DUCODAN, unul dintre cele mai importante atuuri ale companiei

Flota reprezintă unul dintre cele mai importante atuuri ale DUCODAN, iar investițiile în modernizarea ei sunt permanente. Criteriile de selecție a vehiculelor depășesc însă simpla estetică. Contează costurile de exploatare, consumul, impactul asupra mediului și disponibilitatea în activitatea zilnică. O flotă modernă înseamnă, în practică, mai puține întreruperi, servicii mai bune și mai multă încredere din partea clienților.

Logica aceluiași raționament pe termen lung stă și la baza investițiilor în service-ul propriu și stația ITP. Prin internalizarea acestor capacități, compania controlează direct calitatea lucrărilor și timpul de intervenție asupra vehiculelor, un avantaj operațional semnificativ într-un domeniu unde orice imobilizare neplanificată are costuri reale.

Pentru conducerea companiei, mesajul este simplu: a dezvolta o companie înseamnă a construi un ecosistem care să susțină activitatea principală, nu doar a o gestiona de la o zi la alta.



A dezvolta o companie înseamnă a construi un ecosistem care să susțină activitatea principală, nu doar a o gestiona de la o zi la alta

„O flotă modernă înseamnă mai puține întreruperi, servicii mai bune și mai multă încredere pentru clienții noștri. De aceea, investim permanent în reînnoirea ei, în întreținerea preventivă și dotările vehiculelor. Însă la fel de importantă este și pregătirea echipei. Cele mai performante autocare nu pot înlocui profesionalismul oamenilor care le conduc și le întrețin”, este de părere Directorul General.





*Succesul DUCODAN
nu aparține unei singure
persoane, ci întregii echipe*

Resursa umană și mediul de lucru

Oamenii rămân într-o companie atunci când se simt respectați, aceasta este convingerea care stă la baza culturii interne de la DUCODAN. Compania are angajați cu vechime de mulți ani, iar acest lucru spune mai mult despre mediul de lucru decât orice altă declarație. Stabilitatea, condițiile bune de muncă și sentimentul că fiecare contribuție contează sunt ingredientele unei echipe care funcționează pe termen lung.

Astfel, succesul DUCODAN nu aparține prin urmare unei singure persoane, ci întregii echipe. Iar echipa aceasta stă, în cele din urmă, și în spatele poziției de lider pe care compania o ocupă în județul Timiș. O recunoaștere care onorează, dar care, în egală măsură, responsabilizează. Mii de curse efectuate în siguranță, relații construite în ani de zile și încrederea acumulată client cu client, acestea sunt fundamentele reale ale unei astfel de poziții. Reputația se construiește greu și se poate pierde foarte ușor.



O companie care inspiră încredere

În perioada următoare, DUCODAN va continua să facă pași concreți pentru dezvoltarea activității, investind în modernizarea flotei, în digitalizarea activității și în dezvoltarea serviciilor.

„Ne dorim să consolidăm relațiile cu partenerii existenți, să atragem noi colaborări și să rămânem un reper al transportului de persoane din vestul României. După mai bine de 30 de ani, obiectivul nostru nu este doar să creștem, ci să construim o companie care să inspire încredere și peste încă 30 de ani”, a declarat, în încheiere, dl. Iosif Lazăr, Director General DUCODAN.



ÎMBINA
AȘTE



FMCG

UNIVER Ă GUSTURILE AUTENTICE CU PTĂRILE CONSUMATORILOR



COMPANIA URMĂREȘTE PERMANENT SCHIMBĂRILE DIN COMPORTAMENTUL DE CONSUM și răspunde prin produse care păstrează gustul și caracterul specific brandului

UNIVER a traversat anul trecut o perioadă de consolidare, în care compania și-a continuat direcțiile strategice trasate în anii anteriori. Accentul a căzut pe calitatea produselor, dezvoltarea portofoliului și adaptarea acestuia la un comportament al consumatorilor în continuă schimbare.



Într-o piață alimentară tot mai competitivă și într-un context economic dificil, eficiența operațională și gestionarea responsabilă a resurselor au urcat pe lista priorităților UNIVER PRODUCT. Totodată, compania a continuat să investească în brand și în relațiile cu partenerii, menținând capacitatea de a răspunde rapid cerințelor pieței.

Cu o istorie de peste 75 de ani și o prezență în România încă din 1992, UNIVER PRODUCT și-a construit o poziție stabilă atât în retail, cât și în segmentul gastro.

„De-a lungul timpului, am reușit să păstrăm echilibrul dintre tradiție și inovație. UNIVER are o istorie îndelungată, marcată de nenumărate provocări și momente

UNIVER investește în brand și în relațiile cu partenerii, menținând capacitatea de a răspunde rapid cerințelor pieței

frumoase, deopotrivă. În tot acest timp însă, obiectivul nostru a fost și rămâne acela de a oferi produse care îmbină gusturile autentice cu așteptările consumatorilor de astăzi”, ne-a declarat dl. Zoltán Oláh, Administrator UNIVER PRODUCT.





Investițiile UNIVER s-au orientat cu precădere spre eficientizarea proceselor, menținerea standardelor de calitate și o dezvoltare responsabilă pe termen lung



Prioritizarea investițiilor recente

În ultimii ani, investițiile UNIVER s-au orientat cu precădere spre eficientizarea proceselor, menținerea standardelor de calitate și o dezvoltare responsabilă pe termen lung. În industria alimentară, competitivitatea înseamnă mai mult decât capacitate de producție – flexibilitatea, controlul calității și capacitatea de a răspunde unor nevoi de consum tot mai diverse sunt la fel de importante. De aceea, fiecare decizie de investiție a fost evaluată atât prin rezultatele imediate, cât și prin beneficiile pe termen lung, atât pentru companie, cât și pentru consumatori.

Un factor relevant în evoluția de până acum îl reprezintă și investițiile realizate la nivelul companiei-mamă, care se reflectă direct în competitivitatea produselor de pe piața românească. Printre dezvoltările recente se numără reformularea unor produse prin eliminarea aditivilor de tip E și a conservanților, precum și introducerea unor ambalaje mai sustenabile – flacoane transparente care răspund obiectivelor asumate față de mediu.

„În paralel, acordăm o atenție constantă dezvoltării produselor adaptate cerințelor pieței locale. Un exemplu în acest sens este dezvoltarea muștarului destinat pieței din România, inclusiv elaborarea unei noi rețete, concepute pentru a răspunde cât mai bine preferințelor și așteptărilor consumatorilor locali”, continuă dl. Zoltán Oláh.

SOLUȚII COMPLETE DE DEPOZITARE ȘI LOGISTICĂ

Spații moderne. Servicii eficiente.
Partenerul tău de încredere
în logistică.



SIGURANȚĂ

Securitate 24/7 și
sisteme moderne
de monitorizare.



SPAȚII MODERNE

Depozite curate, bine
organizate și adaptate
nevoilor tale.



MANAGEMENT EFICIENT

Gestionăm stocurile
tale cu precizie și
transparență.



DISTRIBUȚIE RAPIDĂ

Livrăm marfa la timp,
în siguranță, oriunde
ai nevoie.

INGINERIE ȘI TRANSPORT AGABARITIC

Provocări Mari,
Soluții Precise



SERVICIILE NOASTRE



DEPOZITARE PE TERMEN SCURT ȘI LUNG

Soluții flexibile pentru orice tip de marfă.



CROSS-DOCKING

Transfer rapid al mărfii,
fără depozitare intermediară.



PICK & PACK

Pregătim comenzile rapid
și cu acuratețe.



TRANSPORT NAȚIONAL ȘI INTERNAȚIONAL

Rețea extinsă pentru livrări
rapide și sigure.



CONSULTANȚĂ LOGISTICĂ

Soluții personalizate pentru optimizarea
lanțului tău logistic.

DE CE SĂ ALEGI EMIVAS LOGISTICS?

- ✓ Experiență și profesionalism
- ✓ Soluții personalizate
- ✓ Tehnologie și echipamente moderne
- ✓ Echipă dedicată și flexibilă
- ✓ Partener de încredere pentru afacerea ta



DEPOZITARE MODERNĂ,
LOGISTICĂ FĂCUTĂ SIMPLU.

LOCAȚIILE NOASTRE LOGISTICE



CLUJ



BUCUREȘTI



BAIA MARE



BACAU



CONTACTEAZĂ-NE ACUM!
PENTRU O OFERTĂ PERSONALIZATĂ!



0744 303 548



office@emivas.com



emivas.com



România



EMIVAS
LOGISTICS



EMIVAS LOGISTICS – PARTENERUL TĂU ÎN DEPOZITARE ȘI DISTRIBUȚIE!

SIGURANȚĂ • EFICIENȚĂ • RAPIDITATE • ÎNCREDERE



Un proces continuu de dezvoltare a portofoliului

Dezvoltarea portofoliului reprezintă pentru UNIVER un proces continuu. Compania urmărește permanent schimbările din comportamentul de consum și răspunde acestora prin produse care păstrează gustul și caracterul specific brandului, dar care, în același timp, sunt adaptate cerințelor moderne.

Portofoliul actual al UNIVER PRODUCT include, printre altele, maioneze, ketchupuri, muștaruri, produse pe bază de hrean, sosuri, produse tradiționale și produse pe bază de roșii, precum și produse destinate segmentului gastro.



Dintre lansările recente, două produse se remarcă în mod special: sosul Cheddar și sosul Sweet Chili. Prin ele, UNIVER și-a extins oferta în categoria sosurilor, răspunzând unui interes crescând al consumatorilor pentru gusturi moderne și versatile, ușor de integrat în preparate diverse.

„Tendința spre produse cu o compoziție mai simplă, fără conservanți sau aditivi, este tot mai vizibilă în comportamentul consumatorilor, iar UNIVER o tratează deopotrivă ca provocare și ca oportunitate. Avem deja în portofoliu produse dezvoltate în această direcție: maioneză fără conservanți, precum și variante de ketchup și muștar fără aditivi de tip E. Calitatea și gustul rămân însă constante ale brandului nostru, iar orice dezvoltare de produs trebuie să păstreze acest echilibru. A livra calitate și transparență nu e doar o alegere de brand, e un exercițiu dificil într-o industrie lovită din mai multe direcții simultan”, explică Administratorul UNIVER PRODUCT.

Dintre lansările recente, două produse se remarcă în mod special: sosul Cheddar și sosul Sweet Chili

România, una din piețele importante pentru UNIVER

Presiunile economice din ultimii ani – creșterea costurilor materiilor prime, energiei și transportului – au afectat întreaga industrie alimentară, iar UNIVER nu a făcut excepție. Planificarea riguroasă și optimizarea operațiunilor au fost însă instrumentele prin care compania a încercat să absoarbă fluctuațiile de piață. Într-un astfel de context, piețele stabile devin cu atât mai valoroase, iar România este una dintre ele.

Cu o prezență pe piața românească de peste 30 de ani, atât în segmentul de retail, cât și în cel gastro, produsele UNIVER sunt astăzi disponibile în toate regiunile țării. Diversitatea portofoliului de sosuri și condimente, care acoperă gusturi și obiceiuri de consum diferite, a jucat un rol important în fidelizarea consumatorilor. Această varietate a stat și la baza uneia dintre campaniile recente ale brandului, construită în jurul ideii că

Produsele UNIVER sunt astăzi disponibile în toate regiunile țării

fiecare consumator poate găsi produsul potrivit pentru gustul și preparatul său.

Pe termen mai lung, miza companiei este să valorifice combinația dintre experiența internațională a grupului și cunoașterea profundă a pieței locale, un avantaj pe care UNIVER intenționează să îl transforme într-o prezență tot mai relevantă pentru consumatorul român.

„Considerăm că menținerea competitivității trebuie să se bazeze pe eficiență, planificare și capacitatea de a anticipa schimbările, nu pe reducerea standardelor de calitate. Pentru noi, este esențial ca, inclusiv într-un context economic dificil, consumatorii să poată avea în continuare încredere în calitatea și siguranța produselor noastre”, mai spune dl. Zoltán Oláh.





UNIVER, un brand tot mai sustenabil

La UNIVER, sustenabilitatea este tratată ca principiu de funcționare, nu ca temă de comunicare. Compania și-a propus să reducă cantitatea de material folosită pentru ambalaje, să dezvolte soluții mai eficiente și să susțină reciclarea, pașii concreți începând deja să se vadă.

Cel mai important proiect în această direcție este tranziția, programată din 2026, la flacoane PET transparente pentru produsele ambalate la rece. Primele categorii vizate sunt sosurile pe bază de maioneză și muștarul.



Decizia vine în contextul Regulamentului UE 2025/40 privind ambalajele și deșeurile de ambalaje, iar compania alege să facă această trecere înainte de termenul obligatoriu.

Noul format aduce beneficii practice: consumatorul vede cantitatea de produs rămasă, forma flaconului permite o golire mai completă, reducând astfel risipa alimentară, iar capacul mai mic și geometria optimizată contribuie la scăderea consumului de plastic. Noul ambalaj capătă și o dimensiune simbolică: transparența ambalajului pune produsul în față, lăsând calitatea să vorbească direct.

Tranziția la acest tip de flacoane va acoperi treptat toate produsele ambalate la rece. Ketchupurile ambalate la cald vor urma același drum, însă din considerente tehnologice, schimbarea este programată pentru 2027.

„Pe lângă ambalaje, acordăm atenție reducerii risipei alimentare și, acolo unde condițiile tehnologice și operaționale permit, analizăm și utilizarea unor soluții reutilizabile. Toate aceste inițiative fac parte din obiectivul nostru pe termen lung de a reduce impactul asupra mediului și de a transforma UNIVER într-un brand tot mai sustenabil, pe termen lung”, detaliază reprezentantul companiei.

O direcție strategică distinctă pentru perioada următoare este segmentul gastro, unde compania vede un potențial semnificativ de creștere

Direcții strategice pentru 2026

Pentru 2026, agenda UNIVER este structurată în jurul câtorva direcții clare: consolidarea poziției pe piețele existente, dezvoltarea portofoliului, creșterea eficienței operaționale și continuarea investițiilor în sustenabilitate și tehnologie. Inovația rămâne o prioritate la fel de mare, însă compania o definește mai larg decât simpla lansare de produse noi: ea include îmbunătățirea continuă a proceselor, a soluțiilor de ambalare și a modului în care UNIVER colaborează cu partenerii și comunică cu consumatorii.

O direcție strategică distinctă pentru perioada următoare vizează segmentul gastro, unde compania vede un potențial semnificativ de creștere. Planul vizează extinderea și adaptarea ofertei destinate profesioniștilor din HoReCa și foodservice, pentru a răspunde mai bine nevoilor specifice acestui segment.

Investițiile vor continua să urmeze același fir – dezvoltare de produse, modernizarea proceselor, ambalaje mai eficiente, cu obiectivul declarat al unei creșteri sănătoase și sustenabile pe termen lung.

Previziuni pentru perioada următoare

Industria alimentară pare că va fi modelată în anii următori de câteva tendințe convergente: consumatorii vor deveni tot mai atenți la compoziția produselor, la sustenabilitate, la transparență și la raportul real dintre preț și valoare.

Tradiția nu va ieși însă din ecuație. Gusturile autentice vor rămâne relevante, dar vor fi adaptate tot mai mult stilului de viață contemporan, un teritoriu în care compania consideră că are experiență și un avantaj real.

„Pe termen lung, relația dintre brand și consumator se va construi din ce în ce mai mult pe încredere. Consumatorii vor să știe ce cumpără, cum este produs și ce valori susține compania din spatele produsului. Transparența și comunicarea clară devin, în acest context, nu doar instrumente de marketing, ci fundamente ale unei relații autentice și durabile. Pentru noi, calitatea, gustul autentic, responsabilitatea și sustenabilitatea rămân axele în jurul cărora intenționăm să evoluăm — în pas cu schimbările din piață, fără a sacrifica valorile care ne-au construit identitatea în peste 75 de ani”, concluzionează dl. Zoltán Oláh, Administrator UNIVER PRODUCT.





FMCG

PRODUS
ÎN POFIDA UN

A person wearing a white lab coat is reaching up to a high shelf in a supermarket. The shelf is filled with various products, including jars of jam and boxes of cereal. The background is blurred, showing other shelves and products in the store. The lighting is bright, typical of a supermarket.

**SELE PREMIUM CRESC,
PIEȚE SENSIBILE LA PREȚ**

PIAȚA SE ÎNDREAPTĂ CĂTRE UN MODEL ÎN CARE ieftinul și premium-ul nu se exclud, ci coexistă în același coș de cumpărături

Piața produselor de larg consum traversează o perioadă în care comportamentul cumpărătorilor devine tot mai nuanțat. Pe de o parte, presiunea asupra bugetelor determină consumatorii să fie mai atenți la preț, să compare ofertele și să reducă achizițiile pe care le consideră neesențiale. Pe de altă parte, produsele premium continuă să câștige teren în numeroase categorii, ceea ce arată că sensibilitatea la preț nu înseamnă automat renunțarea la calitate, experiență sau branduri cu o poziționare superioară.





Fenomenul poate părea paradoxal la prima vedere. Într-o piață în care consumatorii își calculează mai atent cheltuielile, produsele cu prețuri mai mari ar trebui să fie printre primele afectate. În realitate, comportamentul de cumpărare se schimbă mai degrabă decât se simplifică. Consumatorii nu caută neapărat cel mai ieftin produs, ci încearcă să găsească cea mai bună valoare pentru banii pe care sunt dispuși să îi cheltuiască.



Consumatorul caută valoare, nu doar preț mic

Una dintre cele mai importante transformări din comportamentul de consum este trecerea de la criteriul simplu al prețului către conceptul mai larg de valoare. În perioadele de incertitudine economică, consumatorii devin mai atenți la ceea ce primesc în schimbul banilor cheltuiți. Un produs mai scump poate fi considerat o alegere bună dacă oferă o calitate percepută ca fiind superioară, o durată de utilizare mai mare, un gust mai bun, ingrediente diferite sau o experiență pe care alternativele mai ieftine nu o oferă.

Această logică este vizibilă în special în categoriile în care diferențele dintre produse pot fi ușor observate. În industria alimentară, de exemplu, originea ingredientelor, rețeta, ambalajul, conținutul de proteine, absența anumitor ingrediente sau asocierea cu un anumit stil de viață pot justifica, în percepția cumpărătorului, un preț superior.

Una dintre cele mai importante transformări din comportamentul de consum este trecerea de la criteriul simplu al prețului către conceptul mai larg de valoare

Prețul rămâne un criteriu esențial

Faptul că segmentul premium crește nu înseamnă că prețul și-a pierdut importanța. Dimpotrivă, consumatorii sunt mai atenți la preț, iar această sensibilitate poate fi observată în modul în care își construiesc coșul de cumpărături.

Retailerii trebuie să țină cont de această realitate atunci când își construiesc oferta. O piață sensibilă la preț nu este neapărat o piață dominată exclusiv de promoții. Este o piață în care consumatorul trebuie să simtă că face o alegere justificată.

Promoțiile pot determina achiziții pe termen scurt, însă valoarea percepută a produsului este cea care poate susține vânzările pe termen lung. În cazul produselor premium, această valoare trebuie comunicată într-un mod cât mai clar.

Brandurile premium se extind

Produsele care în trecut erau accesibile unei categorii restrânse de consumatori pot ajunge, în prezent, la un public mai larg. Extinderea canalelor de vânzare, dezvoltarea comerțului online și diversificarea portofoliilor au contribuit la această schimbare.

În plus, brandurile au învățat să creeze niveluri diferite de acces la aceeași promisiune de brand. Un producător poate avea produse de bază, produse premium și variante exclusive, astfel încât consumatorii să poată intra în universul brandului la niveluri diferite de preț.

Această strategie este importantă într-o perioadă în care veniturile disponibile nu cresc uniform. Un consumator poate să nu își permită constant cea mai scumpă variantă, dar poate cumpăra ocazional un produs premium. Din perspectiva brandului, fiecare astfel de achiziție poate contribui la construirea loialității și la consolidarea percepției de calitate.





FMCG, o piață extrem de competitivă

În industria bunurilor de larg consum, tensiunea dintre preț și produsele premium este deosebit de vizibilă. Cumpărătorii fac achiziții frecvente, iar diferențele de preț sunt ușor de observat. În același timp, categoriile FMCG oferă numeroase oportunități de diferențiere.

Produsele premium pot beneficia de tendințe precum interesul pentru ingrediente de calitate, alimentație echilibrată, produse cu origini clare, experiențe culinare și variante adaptate unor nevoi specifice. Consumatorii sunt dispuși să plătească mai mult atunci când produsul răspunde unei preocupări pe care o consideră importantă.

În același timp, producătorii trebuie să evite supraîncărcarea produsului cu elemente care nu generează valoare reală. Într-o piață sensibilă la preț, consumatorul devine mai critic și poate penaliza rapid un produs care pare să aibă un preț premium fără beneficii pe măsură.

Retailerii trebuie să găsească echilibrul

Pentru retaileri, creșterea produselor premium reprezintă atât o oportunitate, cât și o provocare. Un portofoliu orientat către produsele cu preț ridicat poate exclude consumatorii preocupați de buget, în timp ce o ofertă concentrată excesiv pe produse ieftine poate limita marjele și poate reduce varietatea disponibilă pentru clienți.

Soluția este construirea unui sortiment care să permită consumatorului să aleagă. Produsele entry-level, mărcile private, produsele mainstream și articolele premium pot coexista pe același raft. În acest fel, magazinul răspunde mai multor tipuri de comportament și permite cumpărătorului să își ajusteze coșul în funcție de buget.

Mărcile private au, de asemenea, un rol important în această ecuație. Retailerii pot dezvolta game premium sub propriile branduri, oferind o alternativă pentru consumatorii care caută calitate superioară, dar nu sunt dispuși să plătească întotdeauna prima asociată cu un brand consacrat.

Pentru retaileri, creșterea produselor premium reprezintă atât o oportunitate, cât și o provocare

Consumatorii tineri schimbă regulile

Generațiile mai tinere au un rol important în transformarea segmentului premium. Pentru acești consumatori, premium nu înseamnă întotdeauna lux tradițional. Poate însemna produse sustenabile, ingrediente curate, design atractiv, autenticitate, transparență sau asocierea cu anumite valori.

Această schimbare obligă companiile să regândească modul în care comunică. Un produs nu mai poate fi poziționat premium doar printr-un ambalaj sofisticat și un preț ridicat. Consumatorii vor să înțeleagă de ce produsul este diferit și ce primesc în plus.

În acest sens, informația devine parte din produs. Originea materiilor prime, procesul de producție, certificările și ingredientele pot influența decizia de cumpărare la fel de mult ca notorietatea brandului.





O piață polarizată

Pe termen mediu, piața de consum ar putea deveni tot mai polarizată. La un capăt se află consumatorii care caută permanent prețul cel mai mic și care sunt dispuși să schimbe brandurile pentru a economisi. La celălalt capăt se află cei care păstrează anumite obiceiuri de consum premium și acceptă să plătească mai mult pentru produse pe care le consideră importante.

Între aceste două extreme există însă cea mai mare parte a pieței. Consumatorii alternează între produse ieftine și produse premium, în funcție de categorie, ocazie și buget. Acest comportament hibrid este unul dintre cele mai importante elemente pe care producătorii și retailerii trebuie să îl înțeleagă.

Viitorul aparține produselor care justifică prețul

Creșterea segmentului premium într-o piață sensibilă la preț transmite un mesaj important despre consumatorul actual. Acesta nu renunță complet la calitate atunci când bugetul este pus sub presiune, ci își prioritizează cheltuielile și devine mai selectiv.

Pentru companii, această schimbare înseamnă că strategia nu poate fi construită exclusiv în jurul reducerii prețului. Competitivitatea va depinde tot mai mult de

Produsele premium au, astfel, șanse să continue să crească, dar succesul lor nu va fi garantat doar de poziționarea superioară

capacitatea de a oferi produse relevante, de a comunica diferențiatorii și de a construi o relație de încredere cu consumatorul.

Produsele premium au, astfel, șanse să continue să crească, dar succesul lor nu va fi garantat doar de poziționarea superioară. Într-o economie în care consumatorii își calculează atent cheltuielile, fiecare diferență de preț trebuie să aibă o justificare.

Așadar, piața se îndreaptă către un model în care ieftinul și premium-ul nu se exclud, ci coexistă în același coș de cumpărături. Consumatorul poate economisi într-o categorie pentru a-și permite un produs mai scump în alta. Poate renunța la cantitate pentru calitate sau poate cumpăra mai rar, dar mai bine.

Această combinație dintre prudență și dorința de a păstra anumite standarde de consum va defini probabil evoluția pieței în următorii ani. Pentru producători și retaileri, provocarea va fi să demonstreze permanent că produsele lor aduc valoare. Iar pentru consumatori, premiumul va deveni tot mai puțin despre prețul ridicat și tot mai mult despre justificarea aceluia preț.





cibinno

AI BUSINESS OPERATING SYSTEM

**Agenții digitali care ajută
companiile să devină mai
productive și să scaleze.**

Susținem operațiunile recurente 24/7, peste
sistemele existente.

COSMIN BALABAN

Fondator & CEO

CIBINNO CONSULTING

cibinno.com

AI OPE

START-UP

TOATE



**INTEGRATING SYSTEM:
STRATUL CARE LEAGĂ
SISTEMELE UNEI COMPANII**

COSMIN BALABAN, FONDATORUL CIBINNO CONSULTING, despre transformarea datelor și sistemelor existente într-un strat inteligent acțiune pentru companii

După douăzeci și cinci de ani de informatizare, companiile mari și medii nu duc lipsă de sisteme, ci de un strat care să le facă să lucreze ca unul singur. Ce era, până de curând, un proiect de integrare cu buget de anvergură a devenit o componentă care se poate construi.



Într-o companie medie din România există astăzi între cinci și cincisprezece sisteme informatice. Un ERP, adesea al doilea sau al treilea din istoria firmei, o aplicație de contabilitate, ceva pentru stocuri, GPS pe flotă, un sistem de pontaj, mailul, zeci de fișiere de calcul care fac legătura între ele. Fiecare a fost cumpărat pentru un motiv întemeiat, la momentul lui. Fiecare funcționează.

Și totuși, ca să răspunzi la o întrebare simplă – „cât profit face proiectul acesta, acum?” – cineva trebuie să deschidă patru dintre ele și să adune manual. Asta se întâmplă în companii care au investit sute de mii de euro în digitalizare.

Iar dacă întrebi ceva și mai simplu – „cât produce, concret, omul acesta?” – de multe ori nu există niciun răspuns. Orele lui sunt în pontaj, ce a livrat e în proiecte, ce a costat e în contabilitate, iar reclamațiile clienților sunt în mail. Nimic nu leagă cele patru. Așa se face că un manager își evaluează oamenii după impresie și după cine se evidențiază mai mult, nu pentru că nu se uită pe cifre concrete, ci pentru că nimeni nu i le poate scoate.

Problema nu e că lipsesc sistemele. E că lipsește stratul de deasupra lor, care să conecteze informațiile din toate aceste sisteme.



ntare în săptămâni
stre

Datele rămân ale companiei
instanță proprie, izolată

Schemă de arhitectură. Sistemele-sursă diferă de la client la client.



cibinno

AGENȚI AI

Analiști digitali

pentru compania ta

Lucrează continuu pe datele companiei și îți spun ce merită atenția azi.

✓ Analizează datele în timp real

✓ Identifică riscuri și abateri

✓ Generează recomandări acționabile

✓ Automatizează pașii repetitivi

✓ Învăță din deciziile echipei

Om decide.

Agentul pregătește decizia.

AI Agent AI - Analist financiar

activ - ultima analiză acum 4 minute

DEMO

Recomandări generate automat

Risc de întârziere la încasare

14 facturi, ~512 mii lei - trimite somații automat

Prioritate 1

Stocuri cu rulaj lent

23 articole sub pragul de rotație - propune campanie

Prioritate 2

Oportunități de vânzare

7 clienți cu probabilitate mare de închidere

Prioritate 2

Analiză completă pe 4 module - 1.284 documente procesate

rulează continuu

Întreabă-mă orice despre afacerea ta...

Trimite

Ce e, tehnic, un sistem de operare pentru business

Un sistem de operare nu e o aplicație în plus: este stratul care administrează resursele și face ca toate celelalte să funcționeze împreună. Stabilește regulile comune – cine are acces la ce, în ce ordine se execută lucrurile, ce se întâmplă când două cereri se contrazic.

Într-o companie, „resursele” sunt ERP-ul, WMS-ul din depozit, TMS-ul de transport, contabilitatea, aplicația de flotă, sistemul de pontaj, dosarele juridice, facturile, mailurile. Fiecare cu logica lui, cu propriul cod de client și propria definiție a aceleiași cifre. În lipsa unui strat care să le administreze, rolul acela îl joacă oamenii – manual, lunar, cu erori.

Comaniile au investit serios în sistemele pe care le au și au tot dreptul să întrebe cât mai costă încă un strat. Răspunsul pe care îl dau mereu: tehnologia costă, dar lipsa ei costă mai mult. Doar că factura pentru lipsă nu vine niciodată pe hârtie. Vine sub formă de decizii luate târziu, de ore consumate lunar ca să afli unde stai și de oportunități pe care le vezi după ce au trecut.

La CIBINNO construim acest strat pe patru niveluri. Ordinea contează, fiecare nivel are nevoie ca precedentul să fie așezat corect.

Arhitectura: patru niveluri

- Conectorii. Citesc din sistemele existente, fără să le modifice și fără să ceară înlocuirea lor. Trei moduri, după ce permite clientul: API, replică SQL în regim read-only, sau schimb de fișiere. Cloud sau on-premise. Un sistem din anii 2000, fără API, se integrează prin replică, la fel de bine ca unul din cloud.
- Maparea și normalizarea. Nivelul pe care nimeni nu-l vede și de care depinde totul. Aici se stabilește că „clientul” din ERP, „partenerul” din contabilitate și „beneficiarul” din dosarul de proiect desemnează una și aceeași firmă. Se mapează procesele companiei cap-coadă și se definește ce înseamnă fiecare cifră. Fără acest nivel, tot ce urmează produce răspunsuri false – convingătoare, dar false.
- Algoritmii. Partea cea mai mare a soluției. Reguli deterministe care rulează continuu peste datele normalizate: praguri, scadențe, marje, abateri, corelații între surse. Un client care depășește termenul, o marjă care scade sub limită, un cost

care apare de două ori, toate sunt detectate algoritmic, nu „ghicite”. Rezultatul e reproductibil și verificabil: aceleași date dau întotdeauna același răspuns, iar orice alertă poate fi urmărită înapoi până la cifra care a declanșat-o.

- AI-ul – pentru accelerare și scalare. Nu înlocuiește algoritmii, ci le multiplică efectul. Citește documente nestructurate, clasifică, rezumă, explică în limbaj natural o abatere, răspunde la întrebări puse în română. Ce ar fi cerut luni de programare pentru fiecare caz particular se rezolvă acum generic – și rezistă la volum: aceeași logică funcționează pe zece documente sau pe zece mii, pe o companie sau pe tot portofoliul. Lucrează peste date deja curate și deja verificate.

Această ordine este, după experiența mea, cel mai des ratată în proiectele de „AI în business”. Se pornește direct de la nivelul patru, peste date nemapate, iar rezultatul e un asistent care răspunde elegant și greșit. Un model de limbaj nu repară o bază de date incoerentă – doar îi ascunde incoerența într-o frază bine formulată.

cibinno

PLATFORME ÎN PRODUCȚIE

O singură platformă pentru întreaga companie

Finance · Sales · Operations · Inventory · HR · Legal

RULEAZĂ ZI DE ZI LA CLIEȚI

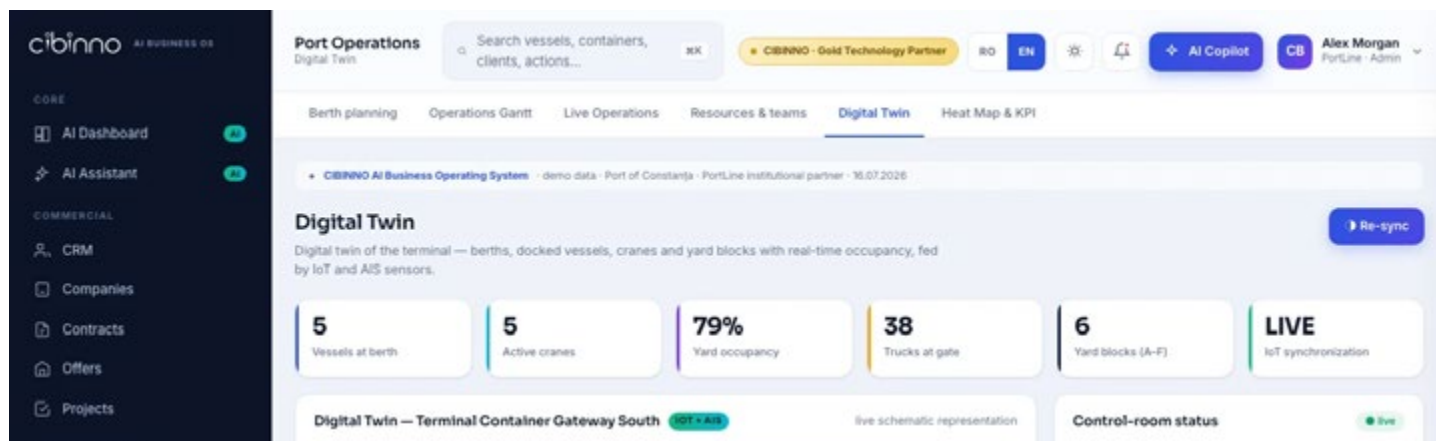
- Cockpit executiv & BI distribuție industrială
- Automatizare încasări notificări și somații, fără intervenție
- Platformă comercială producție și distribuție
- CRM & operațiuni interne ticketing, financiar, juridic

CAPABILITĂȚI

- Integrare ERP / Business Central
- Microsoft 365 & Teams
- e-Factura & e-Transport
- Open Banking
- Agenți AI
- Aplicație mobilă

cibinno.com





Cum ajunge asta la om: metoda CLAR

Arhitectura de mai sus descrie ce se întâmplă sub capotă. Ce vede utilizatorul e altceva – și aici e a doua confuzie frecventă. Un sistem de operare bine făcut nu schimbă felul în care oamenii lucrează. Contabilul rămâne în contabilitate, agentul de vânzări în CRM, șeful de depozit în aplicația de stocuri. Nimeni nu învață un program nou ca să facă ce făcea deja.

Ce se schimbă e ce se întâmplă în jurul lor. Metoda CLAR, pe care o aplicăm la CIBINNO, are patru pași, în ordine obligatorie:

- **Connect.** Ne conectăm la ce există deja. Nu cerem schimbarea ERP-ului și nu impunem un furnizor anume.
- **Live-view.** Realitatea companiei, în timp real, într-un singur loc — nu luna trecută, nu în zece rapoarte care se contrazic.
- **Act.** Diferența față de un dashboard. Sistemul nu semnalează doar o restanță: deschide sarcina, trimite notificarea, urmărește răspunsul, escaladează dacă nu primește unul.
- **Refine.** Fiecare ciclu ajustează pragurile și regulile. Sistemul devine mai precis pe măsură ce învață tiparele companiei.

Pasul al treilea e cel care desparte un sistem de operare de un instrument de raportare. Un raport îți spune că ai o problemă. Un sistem de operare o preia.

De ce fiecare secțiune e construită cu un specialist

Platforma CIBINNO are astăzi peste 30 de secțiuni de lucru – de la cockpit executiv și prognoză, la licitații, devize, șantiere, stocuri, flotă, trezorerie, pontaj, juridic sau documente. Nu sunt module generice, adaptate superficial de la o industrie la alta.

Aici e mecanismul care face diferența, fiind și cel mai costisitor lucru pe care l-am ales să facem: fiecare secțiune e construită împreună cu un consultant senior de proces, cu expertiză reală pe acea zonă anume. Nu un analist generalist care documentează ce spune clientul, ci un om care a condus efectiv acel domeniu ani la rând și știe unde se ascund excepțiile.

Diferența se vede în detaliile pe care un generalist nu are cum să le anticipeze. Secțiunea de devize e construită cu un om care a făcut devize; cea de trezorerie, cu un om care a gestionat fluxuri de numerar sub presiune; cea de licitații, cu cineva care a depus și a pierdut oferte și știe exact ce lipsă de document descalifică un dosar. Un modul de stocuri făcut de un generalist urmărește cantități. Unul făcut cu un specialist urmărește rotația, imobilizarea, acoperirea cererii raportată la termenul de livrare al furnizorului și declanșează comanda înainte de ruptura de stoc, nu după.

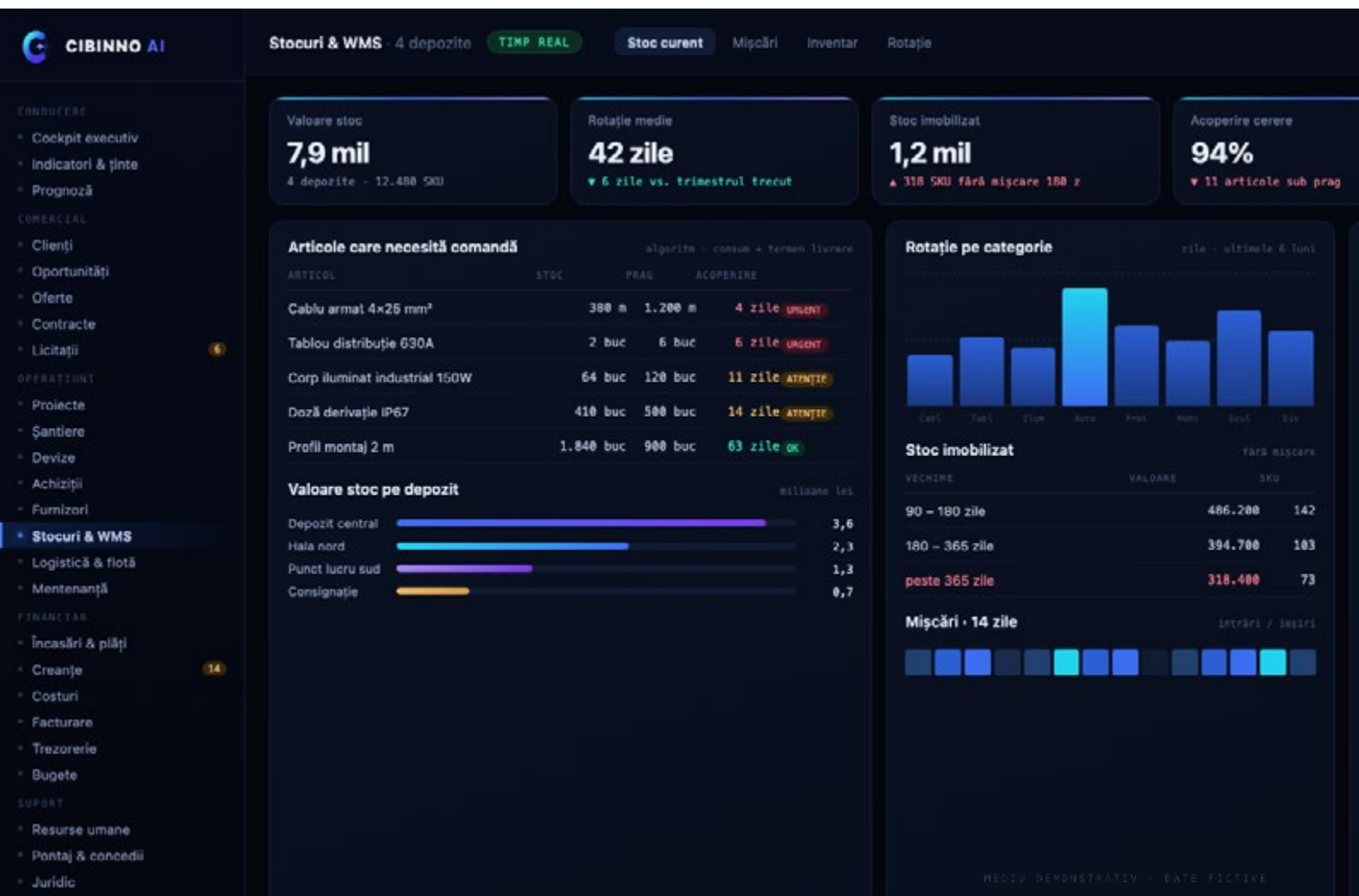
O platformă bună se vede după ce mășori cât a ridicat nivelul acelui business

Sunt două lucruri care se verifică, iar al doilea contează mai mult. Primul: cât de bine se așază platforma peste tehnologia pe care compania o are deja – dacă cere înlocuiri și re-scrieri, costul real e mult peste preț. Al doilea: cât urcă businessul după ce o folosește. Nu câte ecrane are, ci dacă deciziile se iau mai repede, dacă marja se vede la timp, dacă oamenii buni fac altceva decât adunau înainte.

De aceea nu există secțiuni lăsate la voia întâmplării. E o soluție premium, gândită pentru beneficiari exigenți — companii care au deja oameni buni pe fiecare departament și pentru care un instrument aproximativ e mai rău decât niciunul, pentru că îi obligă să lucreze pe lângă el.



Un director general nu vrea „integrare cu ERP-ul”. Vrea să nu mai fie ultimul care află că un client important a intrat în restanță. Vrea să deschidă un ecran și să știe că ce scrie acolo e adevărat. Când vorbești despre software în termeni de tehnologie, vinzi la departamentul IT. Când vorbești în termeni de control și predictibilitate, vorbești cu omul care decide.





Infrastructura: unde stau datele și cine răspunde de ele

Într-un proiect de acest tip, prima întrebare serioasă a oricărui director financiar nu e despre funcționalități. E: „unde ajung datele mele?”

Platforma CIBINNO rulează în cloud, în containere izolate per client, cu date găzduite în Uniunea Europeană. Fiecare organizație are propriul spațiu, separat logic de celelalte, cu drepturi de acces pe rol – un șef de șantier vede proiectele lui, nu marja companiei.

Pentru componenta de inteligență artificială folosim un punct unic de acces la modele, construit intern: modulele nu vorbesc direct cu furnizorul, ci cer un nivel de capacitate, iar rutarea se decide central. Practic, putem schimba furnizorul de model fără să atingem codul care procesează facturi sau dosare juridice, iar prelucrarea rămâne în UE, conform angajamentelor contractuale asumate față de clienți. Nu e un detaliu tehnic: e diferența dintre a semna un contract de prelucrare a datelor și a spera că nu întreabă nimeni.

Peste toate acestea am scris un standard intern de dezvoltare, un document normativ pe care orice modul nou trebuie să îl respecte înainte de a intra în platformă: cum se expune un API, cum se tratează erorile, ce teste sunt obligatorii, ce se monitorizează. Un validator automat verifică fiecare componentă și blochează integrarea dacă nu trece. Sună birocratic. E singurul lucru care ține coerentă, pe termen lung, o platformă cu peste 30 de secțiuni construite de echipe diferite.

Ce vedem, concret, în companiile românești

După zeci de proiecte și discuții cu firme din energie, construcții, distribuție, iluminat și logistică, patru tipare se repetă aproape fără excepție.

- **Datele sunt bune, deciziile sunt întârziate.** Informația există, dar ajunge la om cu două săptămâni întârziere, după ce a trecut prin trei prelucrări manuale.
- **Fiecare departament are adevărul lui.** Vânzările au un număr, contabilitatea altul, operațiunile al treilea. Ședința se consumă negociind care cifră e corectă, nu ce facem cu ea. Aici nu e nevoie de AI, ci de nivelul doi: o definiție unică a fiecărei cifre.
- **Oamenii buni fac muncă de robot.** Cei mai competenți oameni din firmă petrec o parte substanțială din timp copiind date dintr-un sistem în altul.
- **Nimeni nu știe ce s-a promis.** Termenele, discounturile, condițiile speciale trăiesc în mailuri și în discuții. Când omul care le știa pleacă, pleacă și ele.



De ce momentul e acum

Companiile românești informatizează de peste douăzeci și cinci de ani. Primele ERP-uri au intrat aici la sfârșitul anilor '90; au urmat valul de conformitate fiscală, apoi cel de mobilitate, apoi cloud-ul. Multe firme sunt la a doua sau a treia generație de sisteme, cu migrări în spate și cu date care au trecut prin toate. „Digitalizarea” a însemnat, în esență, cumpărarea de sisteme, fiecare rezolvând corect o problemă a momentului său.

Rezultatul, după atâtea straturi succesive, nu e o companie needucată tehnologic. E una cu prea multe surse de adevăr, fiecare legitimă, niciuna completă. Problema de astăzi nu mai e lipsa sistemelor, ci sedimentarea lor.

CIBINNO schimbă ecuația într-un punct foarte precis: stratul care leagă sistemele nu mai trebuie construit de la zero pentru fiecare companie. Îl avem deja – conectorii, modulele, motorul de reguli – și îl adaptăm la realitatea fiecărei organizații. Ce însemna un proiect de integrare de sute de mii de euro și un an de așteptare înseamnă acum săptămâni.

Fereastra e deschisă pentru companiile medii și mari – exact acelea care au investit deja în sisteme, dar au rămas fără stratul care le leagă

Nu pentru că munca a dispărut, ci pentru că a fost făcută o dată și e refolosită de fiecare dată.

Sunt companiile care au cel mai mult de câștigat: cu cât ai mai multe sisteme și mai multe date, cu atât costă mai mult să le ții legate manual – și cu atât se vede mai repede diferența când nu mai trebuie. Fereastra nu va rămâne deschisă mult. Într-un an-doi, avantajul va fi al celor care au construit deja.

Cosmin Balaban este fondatorul CIBINNO CONSULTING, companie de tehnologie care dezvoltă un sistem de operare AI pentru businessul românesc. Anterior a ocupat roluri executive în industrie.

cibinno

CIBINNO AI BUSINESS OS

The AI Business Operating System

One live cockpit and AI agents on top of the ERP, CRM and Microsoft 365 you already run.

25+ modules

9 AI agents

Live in 4 weeks

cibinno.com

AS
ȘI

ASOCIAȚII

OCIATIILE DE BUSINESS ROLUL' LOR ÎN DEZVOLTAREA MEDIULUI DE AFACERI



REPREZENTAREA COLECTIVĂ POATE AJUTA IMM-URILE să aibă o voce mai puternică

Într-o economie în care schimbările legislative, transformările tehnologice și presiunile concurențiale apar într-un ritm tot mai accelerat, companiile nu mai pot privi mediul de afaceri doar prin prisma propriilor obiective. În acest context, asociațiile de business au devenit actori importanți ai economiei, oferind companiilor un spațiu de dialog, reprezentare și colaborare.





Rolul acestor organizații depășește cu mult ideea de simplă reprezentare a intereselor antreprenorilor. Asociațiile de business pot contribui la formularea politicilor publice, la promovarea investițiilor, la dezvoltarea competențelor profesionale și la crearea unor relații mai solide între companii, autorități și alte instituții. În același timp, ele pot deveni platforme prin care experiența și nevoile mediului privat ajung mai ușor în atenția factorilor de decizie.



Construirea unui ecosistem economic

Una dintre cele mai importante funcții ale unei asociații de business este reprezentarea intereselor membrilor săi. O companie poate avea dificultăți în a-și face auzită vocea atunci când discută individual cu instituțiile statului, mai ales în cazul firmelor mici și mijlocii. O organizație care reunește zeci, sute sau chiar mii de companii poate însă transmite mult mai clar dimensiunea unei probleme și impactul acesteia asupra economiei.

Reprezentarea colectivă oferă mediului privat o capacitate mai mare de dialog. Atunci când o asociație formulează propuneri privind modificarea unei legi, simplificarea unor proceduri administrative sau îmbunătățirea unui mecanism fiscal, argumentele sale pot fi susținute prin experiența unui număr important de companii.

*Reprezentarea colectivă
oferă mediului privat o
capacitate mai mare de dialog*

Dialogul dintre companii și autorități

Relația dintre mediul privat și administrația publică nu este întotdeauna simplă. Companiile urmăresc eficiența, flexibilitatea și reducerea costurilor, în timp ce autoritățile trebuie să țină cont de obiective sociale, bugetare și administrative mai largi. Între aceste perspective diferite este nevoie de un spațiu de dialog.

Asociațiile de business pot funcționa tocmai ca o punte între cele două lumi. Ele pot explica autorităților modul în care o decizie luată la nivel legislativ se reflectă în activitatea de zi cu zi a unei companii. În același timp, pot transmite antreprenorilor și managerilor informații despre direcțiile de politică economică și despre schimbările care urmează să intre în vigoare.

Un dialog eficient nu înseamnă doar criticarea deciziilor publice. O asociație relevantă pentru mediul de afaceri trebuie să fie capabilă să vină și cu soluții, argumente și alternative. Credibilitatea sa se construiește prin capacitatea de a susține interesele companiilor fără a pierde din vedere interesul general al economiei.





Accesul la informație și schimbul de experiență

Un alt avantaj important oferit de asociațiile de business este accesul la informație. Într-o economie în care schimbările apar rapid, informația relevantă poate reprezenta un avantaj competitiv. Companiile trebuie să urmărească evoluțiile legislative, tendințele de consum, modificările tehnologice și transformările de pe piața muncii.



Asociațiile pot deveni surse importante de informație pentru membrii lor. Conferințele, seminarele, întâlnirile profesionale și studiile de piață facilitează accesul la expertiză și permit companiilor să înțeleagă mai bine evoluțiile din domeniul lor.

Schimbul de experiență este la fel de important. O problemă întâlnită de o companie poate avea deja o soluție testată de o altă organizație. În loc ca fiecare firmă să investească separat timp și resurse pentru a găsi răspunsuri, comunitatea de business poate facilita transferul de cunoștințe.

Această dimensiune este importantă mai ales pentru antreprenorii aflați la început de drum și pentru companiile mici, care nu dispun întotdeauna de departamente specializate sau de resursele necesare pentru a analiza fiecare schimbare din piață.

Apartenența la o comunitate profesională le poate oferi acces la expertiză care, în alte condiții, ar fi dificil de obținut

Networking-ul contribuie la consolidarea încrederii în mediul de afaceri

Networking-ul, o resursă economică importantă

Asociațiile de business au și o funcție de conectare a companiilor. În mediul antreprenorial, relațiile profesionale pot genera proiecte, parteneriate și oportunități comerciale care nu ar apărea în mod natural.

Evenimentele organizate de asociații creează contexte în care managerii și antreprenorii se pot întâlni, își pot prezenta activitatea și pot identifica interese comune. Networking-ul nu trebuie privit doar ca o activitate socială. Într-o economie interconectată, relațiile dintre companii pot deveni surse reale de creștere.

Un producător poate identifica un nou furnizor, o companie de servicii poate găsi un partener pentru extinderea într-o altă regiune, iar un antreprenor poate descoperi un investitor sau un expert care să îl ajute să își dezvolte afacerea.

În același timp, networking-ul contribuie la consolidarea încrederii în mediul de afaceri. Relațiile construite pe termen lung pot reduce incertitudinea și pot facilita colaborarea între companii care, în lipsa unei astfel de comunități, ar rămâne izolate.

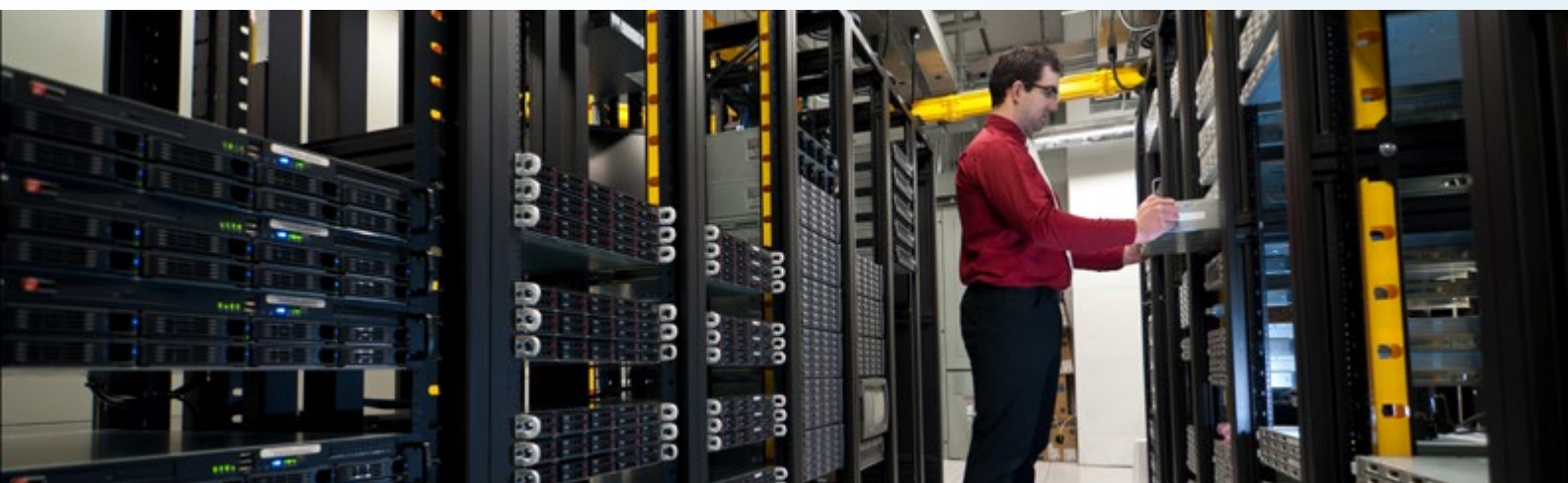
Sprijin pentru întreprinderile mici și mijlocii

Importanța asociațiilor de business este deosebit de mare pentru întreprinderile mici și mijlocii. În România, IMM-urile reprezintă o componentă esențială a economiei, însă multe dintre acestea funcționează cu resurse limitate și sunt mai vulnerabile la schimbările economice.

Pentru o companie mare, o modificare legislativă poate fi absorbită prin existența unor departamente juridice, fiscale sau de resurse umane. Pentru un antreprenor care gestionează direct cea mai mare parte a activității, aceeași schimbare poate însemna costuri suplimentare și timp pierdut.

Asociațiile pot reduce această diferență prin informare, consultanță, reprezentare și acces la comunități profesionale. Ele pot transmite rapid informații relevante și pot explica implicațiile unor schimbări care, pentru un antreprenor, sunt dificil de interpretat.

Mai mult, reprezentarea colectivă poate ajuta IMM-urile să aibă o voce mai puternică în dezbaterile economice. Problemele unei firme mici pot părea izolate atunci când sunt analizate individual, însă aceeași problemă, întâlnită de mii de companii, devine o temă economică importantă.





Dezvoltarea competențelor

Piața muncii trece printr-o transformare profundă. Digitalizarea, automatizarea și dezvoltarea inteligenței artificiale modifică modul în care sunt organizate activitățile și competențele de care companiile au nevoie. În acest context, dezvoltarea profesională devine o condiție importantă pentru competitivitate.

Asociațiile de business pot contribui la apropierea dintre nevoile angajatorilor și oferta de competențe disponibilă pe piață. Prin programe de formare, evenimente profesionale și colaborări cu instituții de educație, acestea pot susține dezvoltarea unor competențe relevante pentru economie.

Rolul lor poate deveni important și în reducerea deficitului de forță de muncă. În loc ca fiecare companie să încerce separat să identifice soluții, o asociație poate coordona inițiative sectoriale și poate contribui la crearea unor proiecte comune de formare.

Inovația și transformarea digitală

Tehnologia schimbă profund modul în care companiile produc, vând și comunică. Inteligența artificială, automatizarea, comerțul electronic și analiza datelor creează oportunități importante, dar presupun și investiții și adaptare.

Asociațiile de business pot accelera adoptarea noilor tehnologii prin facilitarea accesului la informație și prin conectarea companiilor cu furnizori de soluții tehnologice, specialiști și centre de cercetare. Pentru o companie mică, primul pas către digitalizare poate fi dificil.

În același timp, asociațiile pot contribui la o abordare mai responsabilă a tehnologiei. Digitalizarea nu trebuie privită exclusiv ca un instrument de reducere a costurilor, ci și ca o modalitate de creștere a productivității, îmbunătățire a serviciilor și dezvoltare a unor modele de afaceri noi.

Asociațiile de business pot accelera adoptarea noilor tehnologii prin facilitarea accesului la informație și prin conectarea companiilor cu furnizori de soluții tehnologice, specialiști și centre de cercetare

Prin urmare, într-o perioadă în care mediul de afaceri se află între presiunea eficienței și nevoia de investiții în viitor, cooperarea devine o resursă strategică. Asociațiile de business pot fi infrastructura invizibilă care le permite companiilor să se adapteze mai rapid, să își facă vocea auzită și să participe activ la definirea economiei în care operează.



O NOUĂ

RESURSE UMANE

QUIET HIRING, TENDINȚĂ PE PIAȚA MUNCII



SUCCESUL ACESTEI ABORDĂRI VA DEPINDE de echilibrul dintre interesele companiei și cele ale angajatului

Piața muncii traversează o perioadă în care companiile sunt nevoite să găsească un echilibru tot mai dificil între controlul costurilor, productivitate și păstrarea angajaților valoroși. În acest context, o practică începe să capete tot mai multă atenție în mediul de business: „quiet hiring”.

Entry Level / Internship



Senior Executive /
Global Strategy

Department Management

Project Leadership

Development / Specialist



Spre deosebire de recrutarea tradițională, această tendință nu presupune neapărat publicarea unor noi posturi și atragerea unor candidați din exterior, ci valorificarea resurselor umane existente. Mai exact, quiet hiring descrie situația în care o companie acoperă nevoi noi de competențe prin redistribuirea responsabilităților către angajații actuali, prin extinderea rolurilor lor sau prin promovarea unor oameni în poziții care presupun atribuții suplimentare. Uneori, practica poate include și recrutarea externă, însă aceasta este realizată punctual, pentru competențe dificil de găsit în interiorul organizației.

Fenomenul este strâns legat de schimbările produse în ultimii ani pe piața muncii. Companiile se confruntă cu presiuni privind bugetele, incertitudine economică, transformări tehnologice și nevoia de a se adapta rapid la apariția unor competențe noi. În loc să creeze permanent noi poziții, unele organizații aleg să utilizeze mai eficient oamenii pe care îi au deja.

De ce devine quiet hiring tot mai important

Creșterea interesului pentru quiet hiring nu este întâmplătoare. Într-o perioadă în care recrutarea poate fi costisitoare și consumatoare de timp, angajatorii descoperă că o parte dintre competențele de care au nevoie există deja în companie. Problema nu este întotdeauna lipsa oamenilor, ci modul în care sunt folosiți aceștia.

Un angajat care lucrează de câțiva ani într-o organizație cunoaște deja cultura companiei, procesele interne, clienții și modul de colaborare dintre departamente. Pentru angajator, folosirea acestei experiențe poate fi mai rapidă și mai puțin costisitoare decât recrutarea unei persoane din exterior.

În același timp, dezvoltarea tehnologiei schimbă permanent natura locurilor de muncă. Inteligența artificială, automatizarea și digitalizarea determină apariția unor responsabilități noi, dar și transformarea unora dintre cele existente. În multe cazuri, angajații trebuie să dobândească rapid competențe suplimentare pentru a putea răspunde noilor cerințe.

Quiet hiring apare astfel ca o strategie de adaptare. Compania nu pornește neapărat de la ideea că trebuie să angajeze mai mulți oameni, ci de la întrebarea dacă poate dezvolta competențele necesare în interiorul organizației.

Un angajat care lucrează de câțiva ani într-o organizație cunoaște deja cultura companiei, procesele interne, clienții și modul de colaborare dintre departamente

Eficiență vs. suprasolicitare

Pentru companii, avantajele sunt evidente. Redistribuirea responsabilităților poate reduce costurile de recrutare, poate accelera ocuparea unor roluri și poate contribui la păstrarea angajaților performanți. În plus, oamenii care primesc oportunitatea de a prelua proiecte noi pot deveni mai implicați și mai motivați.

Există însă și o limită importantă. Quiet hiring poate deveni problematic atunci când dezvoltarea profesională este confundată cu acumularea permanentă de sarcini.

Un angajat poate accepta cu entuziasm o responsabilitate nouă dacă aceasta reprezintă o oportunitate de învățare și de evoluție. Situația se schimbă însă atunci când aceeași persoană primește constant atribuții suplimentare fără o ajustare a salariului, fără timp suficient și fără recunoașterea oficială a noilor responsabilități.

În acest caz, ceea ce compania consideră eficiență poate fi perceput de angajat drept suprasolicitare. Diferența dintre cele două perspective este esențială pentru succesul unei strategii de quiet hiring.



Quiet hiring poate deveni problematic atunci când dezvoltarea profesională este confundată cu acumularea permanentă de sarcini





Relația dintre angajat și angajator

Una dintre cele mai importante consecințe ale acestei tendințe este schimbarea modului în care este privită cariera. În modelul tradițional, evoluția profesională presupunea adesea trecerea într-o funcție nouă, cu o denumire diferită și cu un salariu mai mare. În cadrul quiet hiring, dezvoltarea poate începe înainte ca schimbarea oficială a funcției să apară.

Un specialist din marketing poate ajunge să gestioneze proiecte de automatizare. Un angajat din resurse umane poate prelua responsabilități legate de analiza datelor. Un manager poate primi în coordonare o echipă suplimentară sau poate deveni responsabil pentru implementarea unui nou instrument digital.

Aceste schimbări pot reprezenta oportunități importante. Angajații au posibilitatea de a-și diversifica experiența și de a dobândi competențe care le pot crește valoarea pe piața muncii. Pentru cei care își doresc o carieră dinamică, preluarea unor proiecte noi poate fi chiar mai importantă decât o promovare formală.

Comunicarea devine esențială

Quiet hiring funcționează cel mai bine atunci când angajatul înțelege de ce i se schimbă responsabilitățile și ce primește în schimbul efortului suplimentar. Transparența poate face diferența dintre o oportunitate profesională și o sursă de frustrare.

Dacă un angajat este rugat să preia un proiect nou, compania ar trebui să discute obiectivele, durata implicării, resursele disponibile și modul în care rezultatele vor fi evaluate. În cazul în care responsabilitățile devin permanente, este firesc să fie analizată și poziția ocupată, inclusiv nivelul de salarizare.

În lipsa unei comunicări clare, angajații pot ajunge să creadă că organizația încearcă să evite recrutarea sau să reducă cheltuielile prin transferarea muncii către personalul existent.

Această percepție poate afecta încrederea și poate avea efecte asupra retenției. Paradoxal, o strategie concepută pentru a reduce costurile poate ajunge să genereze costuri mai mari dacă determină plecarea oamenilor performanți.



Quiet hiring funcționează cel mai bine atunci când angajatul înțelege de ce i se schimbă responsabilitățile și ce primește în schimbul efortului suplimentar





Investiția în competențe devine mai importantă

Un alt element central al fenomenului este dezvoltarea profesională. Nu poate exista o strategie eficientă de quiet hiring fără investiții în oameni.

Dacă o companie dorește ca angajații să preia responsabilități noi, trebuie să le ofere și posibilitatea de a învăța. Trainingurile, programele de mentorat, cursurile specializate și proiectele interdepartamentale pot ajuta oamenii să dobândească rapid competențele necesare.

Această abordare poate fi mai eficientă decât recrutarea permanentă. Un angajat care beneficiază de formare poate deveni capabil să ocupe un rol nou fără ca organizația să piardă timpul necesar pentru integrarea unui nou coleg.

În plus, investiția în dezvoltarea profesională transmite un mesaj important: compania nu îi vede pe angajați doar ca pe o resursă care trebuie utilizată mai intens, ci ca pe oameni în care merită să investească.

Ce se întâmplă cu salariile

Una dintre cele mai sensibile întrebări legate de quiet hiring este cea a recompensării. Dacă un angajat ajunge să îndeplinească atribuții care depășesc semnificativ rolul inițial, este dificil de susținut pe termen lung că schimbarea nu are nicio valoare financiară.

În unele situații, responsabilitățile suplimentare sunt temporare și fac parte dintr-un proiect. În astfel de cazuri, recompensa poate lua forma unor bonusuri, a unor beneficii sau a unei oportunități de dezvoltare.

Atunci când însă noul set de responsabilități devine permanent, compania trebuie să ia în calcul actualizarea rolului și a pachetului de compensații. Altfel, există riscul ca diferența dintre contribuția reală a angajatului și recunoașterea acesteia să devină o problemă.

Piața muncii este suficient de competitivă încât profesioniștii cu experiență să poată identifica relativ rapid oportunități alternative.

Economiile obținute prin evitarea unei creșteri salariale pot fi anulate de costurile generate de plecarea unui angajat valoros

Prin urmare, pe măsură ce companiile se adaptează la incertitudine, automatizare și schimbarea rapidă a competențelor necesare, quiet hiring este probabil să rămână relevant. Organizațiile vor continua să caute modalități prin care să răspundă noilor nevoi fără să depindă exclusiv de recrutarea externă. Succesul acestei abordări va depinde însă de echilibrul dintre interesele companiei și cele ale angajatului. Eficiența nu poate fi construită exclusiv prin reducerea costurilor, iar flexibilitatea nu poate însemna transferarea permanentă a unor responsabilități fără recompensă.



JURNALUL DE AFACERI

Totul despre afacerile din România



Revistă dedicată mediului de afaceri românesc



www.JurnaluldeAfaceri.ro