JURNALUL DE AFACERI

nr. 160 | Noiembrie 2026 | www.jurnaluldeafaceri.ro

Totul despre afacerile din România

OXYGEN RESIDENCE
INTRĂ ÎNTR-O NOUĂ ETAPĂ DE DEZVOLTARE

moneo

The software made for industrial evolution. Not more. Not less.

Fiind o platformă IIoT, ifm moneo combină nivelul tehnologiei operaționale cu nivelul tehnologiei informațiilor. Datele senzorului generate în instalațiile de producție pot fi citite și procesate cu ușurință și folosite ca bază pentru decizii corporative durabile.

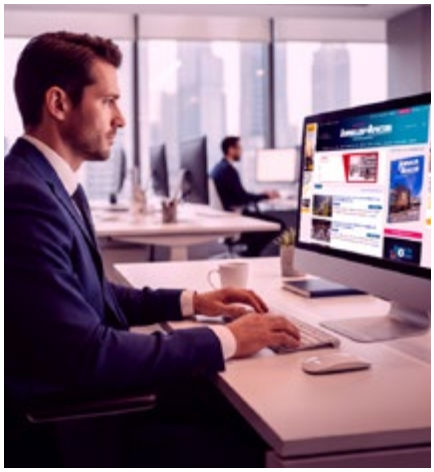
moneo are o structură modulară și este compus dintr-un software de bază și din aplicații, de exemplu moneo|configure, pentru monitorizarea stării sau pentru setarea parametrilor senzorului IO-Link. Acest lucru face posibilă realizarea unui pachet software personalizat pentru fiecare cerință individuală.

ifm – close to you!

Ți-am stârnit curiozitatea?
Contactează-ne!

ifm electronic srl
0269 / 224 550
info.ro@ifm.com

JURNALUL DE AFACERI
Totul despre afacerile din România



Ce se întâmplă cu antreprenorul când compania crește?

De cele mai multe ori, antreprenorii privesc această dilemă ca pe una îndepărtată, rezervată celor care au avut suficient succes pentru a ajunge să o întâlnească. Dar, așa cum se întâmplă de cele mai multe ori în viață, ne pregătim mai ales pentru scenarii negative. Dar cum ar fi dacă ne-am pregăti și pentru cele pozitive? Creșterea unei companii este cel mai bun indicator că ideea de afacere a fost bună, dar, mai mult decât atât, că strategia, execuția și, mai ales, adaptarea au dat cu adevărat măsura succesului.

La început de drum, antreprenorul este nevoit să păstreze un control total sau aproape total. Nu neapărat pentru că este dependent de control, ci mai degrabă pentru că este obligat de împrejurări și, cel mai frecvent, de costuri, să țină sub observație și să se ocupe de toate aspectele businessului său. Pe parcurs însă, devine un mod de a face lucrurile, un stres cu care ne-am obișnuit. Un nivel crescut de cortizol care începe să se simtă ca acasă. O stare de agitație continuă, dar familiară, o prezență constantă fără de care te-ai simți oarecum pierdut/ă.

Dar, în cele mai fericite cazuri în evoluția unui business, survine și această dilemă. Cum să renunț la controlul absolut? Și aici ajungem să discutăm despre echipa pe care ne-am format-o de-a lungul timpului, de încrederea că am ales și pregătit corespunzător oamenii. Discutăm despre încrederea în climatul economic, caracterizat de cele mai multe ori prin impredictibilitate. Vorbim despre procese și proceduri.

Și da, atunci când vorbim de procese și proceduri, lucrurile încep să se complice. De ce? Pentru că mulți antreprenori nu cred în acest mod de lucru. Se încred prea mult în flerul și experiența lor. Sau poate au rezerve că, dacă s-ar baza pe un manual de procese și proceduri, acestea nu ar reflecta niciodată în totalitate businessul. Sau poate doar pentru că cei mai mulți antreprenori au învățat să navigheze fără procese și proceduri atent gândite, implementate și apoi evaluate.

Pentru a renunța la controlul absolut trebuie să lași o parte din tine în companie și în oameni. Să poți să stai pe banca de rezerve și doar să observi, intervenind atunci când e cazul. E măsura capacității noastre de a ne disocia de afacere, de a păstra o privire de ansamblu. Și nu, nu am zis că e ușor. E ceva ce vine doar prin perseverență, exercițiu și multă, multă stăpânire de sine.

Să avem, așadar, încredere, atunci când ajungem în acest punct, că afacerile pe care le-am clădit și poveștile pe care le-am spus nu se termină odată cu noi. Că, într-un fel sau altul, vor continua să vorbească despre oamenii care le-au făcut posibile. Ceea ce nu e deloc puțin lucru...

Mădălina Andronic,
Editor

JOST România face parte din grupul internațional de transport JOST având sediul în Luxemburg și Belgia, cu o vastă tradiție în transportul de marfă încă din 1958.

Compania noastră activează pe piața internațională a transporturilor de peste 13 ani, având un număr aproximativ de 900 de angajați.

JOST
life in motion

Echipa

Mădălina Chița
Director Publicație

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

madalina.chita@jurnaluldeafaceri.ro

Tiberiu Bița
Business Development Manager

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

Tiberiu.bita@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

Constantin Țurțulea
Head of Business Development

„Perseverența e cheia succesului!“

ct@jurnaluldeafaceri.ro

Mădălina Andronic
Editor

„Viitorul businessului se construiește prin decizii inspirate, investiții inteligente și curajul de a privi dincolo de limitele prezentului“

madalina.andronic@jurnaluldeafaceri.ro

Alexandru Berariu
Desktop Publisher

„Am învățat că știința este o cunoaștere organizată“

alex.berariu@jurnaluldeafaceri.ro

Jurnalul de Afaceri
office@jurnaluldeafaceri.ro
www.jurnaluldeafaceri.ro

În acest număr

ȘTIRI

8 Ştirile care te interesează

ECONOMIE

18 Costul de oportunitate: prețul real al unei decizii economice

DEZVOLTARE IMOBILIARĂ

26 OXYGEN Residence intră într-o nouă etapă de dezvoltare

CONSTRUCȚII

38 ASA CONS: soluții integrate prefabricate pentru construcții industriale moderne

50 VOLTA X– un an de consolidare, integrare și dezvoltare

FINANȚE

68 Cash-flow-ul, testul de rezistență al unei companii

SĂNĂTATE

78 Gral Medical prioritizează dezvoltarea infrastructurii medicale

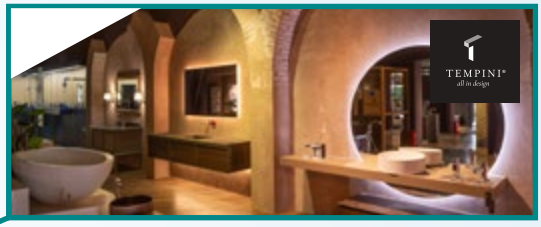
LOGISTICĂ

88 NewCold accelerează dezvoltarea logisticii frigorifice automatizate

100 WORLD MediaTrans își extinde operațiunile și accelerează investițiile

DESIGN

108 Tempini sau promovarea excelenței în arta designului



INDUSTRIE

118 AMIBLU România se axează pe creșterea capacității de producție

132 FANUC, 50 de ani de excelență în domeniul automatizării în Europa

ENERGIE

138 Euro Vial Lighting, 30 de ani de experiență în domeniul energiei

RETAIL

148 KREDIANIS, de 15 ani un partener de încredere pentru familiile și afacerile din zonă

ASOCIAȚII

158 Rolul asociațiilor în internaționalizarea business-urilor

IT&C

168 Cele mai importante tehnologii care vor influența businessul

8

ȘTIRI

JURNALUL DE AFACERI
ECOBAT ENERGY

Departamentele comerciale pot economisi mai mult timp cu ajutorul inteligentei artificiale

Peste 70% dintre departamentele comerciale ale companiilor nu valorifică suficient timpul economisit prin AI, deși investesc tot mai mult în instrumente de inteligență artificială și soluții pentru automatizarea vânzărilor. La această concluzie a ajuns compania românească specializată în servicii de Sales-as-a-Service, TNX, care anunță lansarea TNX OS, o platformă tehnologică proprie care permite monitorizarea în timp real a rezultatelor comerciale și integrează cercetarea comercială, analiza datelor și a semnalelor de business cu ajutorul inteligenței artificiale.

Prin TNX OS, clienții companiei beneficiază de acces direct la un mediu de raportare interactiv, în care pot urmări activitatea campaniilor, indicatorii de performanță, interacțiunile comerciale și evoluția oportunităților, fără să depindă exclusiv de rapoarte periodice.

Lansarea TNX OS marchează o nouă etapă în dezvoltarea TNX, care își consolidează modelul de Sales-as-a-Service prin integrarea tehnologiei proprii, în contextul extinderii operațiunilor pe piețele europene.

Inteligența artificială schimbă vânzările B2B, dar productivitatea rămâne o provocare

Lansarea platformei TNX OS are loc într-un context în care companiile investesc tot mai mult în inteligența artificială și automatizarea vânzărilor, însă beneficiile tehnologice nu se transformă automat în rezultate comerciale măsurabile.

Potrivit unei cercetări Gartner publicate în mai 2026, instrumentele AI economisesc în medie 4,8 ore de lucru pe săptămână pentru un reprezentant de vânzări. Cu toate acestea, 72% dintre organizațiile comerciale reinvestesc insuficient timpul economisit în activități de vânzare cu valoare ridicată.

În paralel, raportul „State of Sales 2026", realizat de Salesforce, arată că reprezentanții de vânzări utilizează în medie opt instrumente tehnologice pentru a încheia contracte, iar 42% declară că se simt copleșiți de numărul acestora.

De la digital footprint și AI Sales Signals la oportunități comerciale

Componenta centrală a platformei, GTM (Go-to-Market) Intelligence, folosește inteligența artificială pentru a analiza amprenta digitală și informațiile publice ale companiilor țintă, precum poziționarea pe piață, produsele și tehnologiile utilizate.

Sistemul detectează automat semnale comerciale declanșatoare (extinderi, recrutări, schimbări organizaționale sau

investiții) și le corelează cu profilul clientului ideal. Această centralizare permite identificarea rapidă a companiilor cu potențial real și pregătirea unor interacțiuni personalizate, oferind echipelor de vânzări contextul clar și justificarea necesară pentru a iniția discuții relevante.

„Vânzările B2B nu mai pot fi construite doar pe liste de companii și volume mari de outreach. Diferența o face capacitatea de a înțelege ce se întâmplă într-un business, ce schimbări traversează și unde există o oportunitate reală. Prin TNX OS conectăm research-ul, semnalele identificate cu ajutorul AI și execuția comercială într-un singur proces. Nu vrem doar să generăm mai multă activitate pentru clienți, ci să construim un mod mai inteligent și mai predictibil de a identifica și dezvolta oportunități comerciale", declară Mihnea Antoce, Co-Founder TNX.

Transparență completă asupra campaniilor și acces live la indicatorii de performanță

Componenta de reporting și business intelligence din TNX OS oferă clienților acces direct și permanent, în timp real, la activitatea și performanța campaniilor lor. Spre deosebire de outsourcing-ul comercial tradițional, bazat pe rapoarte periodice transmise de furnizor, această platformă centralizată și interactivă permite monitorizarea completă a pipeline-ului: de la companii prospectate și persoane de decizie contactate, până la interacțiuni, răspunsuri și oportunități generate.

Prin dashboard-uri interactive și filtre dedicate, clienții pot analiza volumele de activitate, ratele de conversie și progresul pe

segmente sau etape comerciale. Această vizibilitate extinsă ajută companiile să înțeleagă unde apar blocaje și ce segmente generează interes, în timp ce TNX utilizează platforma pentru a monitoriza continuitatea interacțiunilor și a asigura follow-up-ul. Integrarea TNX OS a fost asociată cu o reducere de aproximativ 40% a oportunităților comerciale stagnante, platforma fiind utilizată până în prezent în 25 de campanii, procesând lunar în jur de 3.000 de înregistrări pentru 12 clienți activi.

„În serviciile de sales outsourcing, una dintre cele mai importante întrebări ale clientului este ce se întâmplă concret cu pipeline-ul său. Am vrut să eliminăm situațiile în care o companie trebuie să aștepte un raport sau o ședință pentru a înțelege progresul campaniei. Prin TNX OS, clienții au vizibilitate live asupra activității, pot analiza indicatorii prin filtre și pot urmări evoluția oportunităților comerciale. Pentru noi, transparența nu trebuie să fie un beneficiu opțional, ci standardul după care funcționează un parteneriat comercial", explică Albert Enciu, Co-Founder TNX.

Recomandări pentru cumpărături în siguranță de Black Friday

O ofertă promovată pe rețelele sociale, un mesaj despre un colet care nu poate fi livrat sau o presupusă rambursare pot fi puncte de plecare pentru o tentativă de fraudă. În perioada Black Friday, Poliția Română, Directoratul Național de Securitate Cibernetică (DNSC) și Asociația Română a Băncilor (ARB) recomandă, prin Proiectul național de educație digitală și prevenire a criminalității informatice #SigurantaOnline, verificarea solicitărilor primite pe tot parcursul cumpărăturilor, mai ales înainte de efectuarea plății, dar și după.

Atacatorii pot imita identitatea unor magazine, firme de curierat sau instituții bancare pentru a obține date personale, informații sensibile aflate pe card ori acces la conturi. Atunci când utilizatorii așteaptă mai multe comenzi, un mesaj despre o problemă de livrare poate părea credibil. Faptul că o persoană a făcut recent cumpărături nu confirmă însă autenticitatea mesajului primit.

Oferta: verificați cine se află în spatele magazinului

O reclamă care folosește numele și identitatea vizuală ale unui brand cunoscut poate conduce către un site fals. Înainte de a introduce date personale sau bancare, verificați adresa completă a site-ului, identitatea comerciantului și informațiile despre contact, livrare și retur.

Accesați magazinul prin introducerea adresei cunoscute în browser sau prin aplicația oficială. Comparați prețurile și acordați timp verificărilor, mai ales când oferta este însoțită de presiunea de a plăti imediat.

Prezența „https" indică o conexiune criptată, dar nu garantează că magazinul este legitim.

DE 12 ANI, ÎN ACEASTĂ REVISTĂ

Citești o revistă cu paginație și grafica făcute de noi.

Din 2014 machetăm și realizăm grafica lunară a Jurnalului de Afaceri, de la numărul 6 până la numărul 160, din noiembrie 2026. Aceeași rigoare o punem în logo-uri, branding, ambalaje, manuale, filme și fotografii pentru firma ta.

12 ani de machetă și grafică pentru revista lunară, din 2014. Aici, numărul 159.

9 ani de logo-uri, branding, ambalaje și manuale pentru cinci mărci, din 2017.

Foto și video, din deplasările noastre.

Grafică și DTP

Reviste, cataloage, manuale, ambalaje, pregătire pentru tipar.

Video și foto

Filmări, fotografie, imagini cu dronă, montaj.

Creație digitală și AI

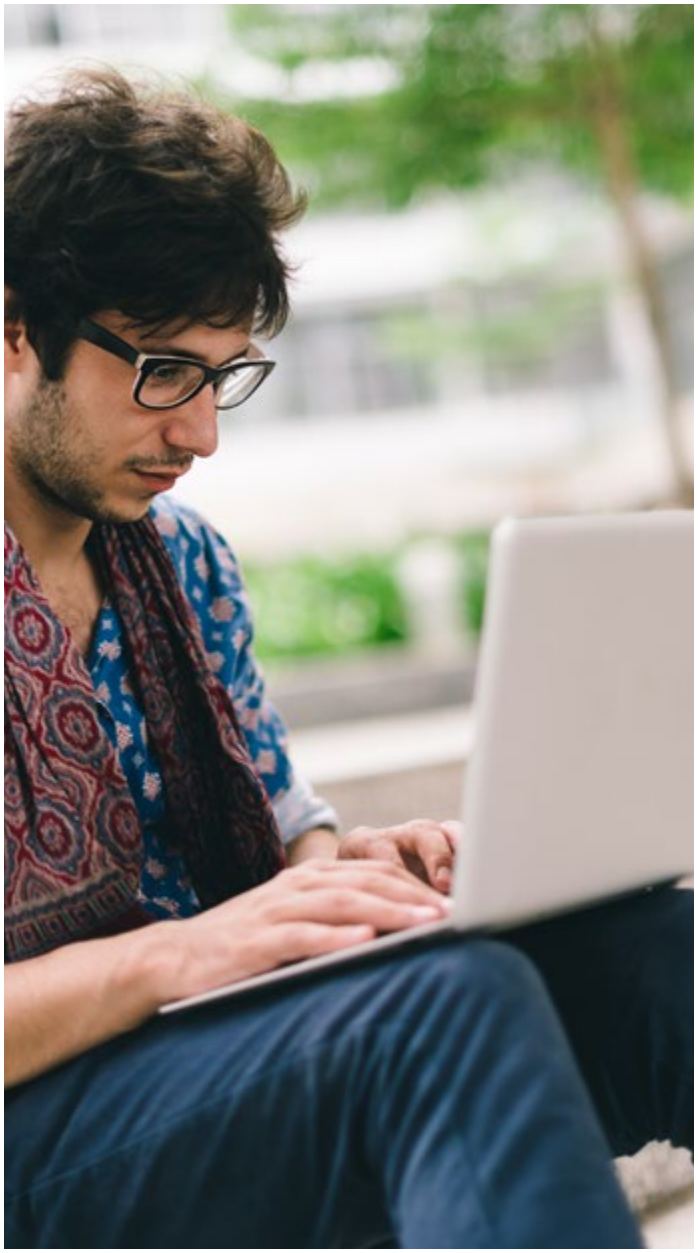
Ilustrații și imagini cu AI, alese și verificate de oameni.

Lucrăm direct cu companii și, ca partener extern, cu agenții și departamente de marketing.

Plata: verificați ce operațiune autorizați

Înainte de a confirma o plată în aplicația bancară, citiți informațiile afișate și verificați suma și beneficiarul. Nu aprobați operațiuni pe care nu le-ați inițiat și nu comunicați altor persoane parolele de acces, codul PIN sau codurile de autorizare primite prin SMS ori în aplicație.

Datele cardului trebuie introduse numai după verificarea comerciantului și a paginii de plată. O solicitare urgentă primită prin telefon, e-mail sau mesagerie nu este suficientă pentru a justifica efectuarea unei operațiuni bancare.



Livrarea și rambursarea: confirmați solicitarea printr-un canal oficial

Mesajele despre colete blocate, adrese incomplete sau taxe suplimentare trebuie verificate direct în aplicația ori pe site-ul oficial al comerciantului sau al firmei de curierat, accesate independent de linkul primit.

Aceeași precauție este necesară în cazul mesajelor care promit restituirea unei sume. Nu comunicați coduri de autorizare și nu aprobați o plată pentru a primi o presupusă rambursare. Contactați comerciantul folosind datele din comanda inițială sau de pe site-ul său oficial, inclusiv dacă vi se solicită o plată suplimentară.

Un mesaj bine scris poate fi tot o tentativă de fraudă

Instrumentele de inteligență artificială pot fi folosite pentru a genera texte și materiale vizuale convingătoare. Absența greșelilor gramaticale, un logo familiar sau aspectul profesionist al unei pagini nu confirmă autenticitatea acesteia. Verificarea sursei și a solicitării rămâne esențială.

Dacă ați oferit date sau observați tranzacții suspecte, contactați imediat banca

Dacă ați introdus informații bancare pe un site suspect, ați comunicat coduri de securitate sau observați operațiuni pe care nu le recunoașteți, contactați imediat banca, prin canalele oficiale, pentru luarea măsurilor necesare.

Păstrați mesajele, adresele site-urilor, capturile de ecran și dovezile tranzacțiilor. Dacă ați fost victima unei fraude, sesizați Poliția și notificați DNSC la numărul 1911 sau prin platforma pnrisc.dnsc.ro.

Pentru recomandări și resurse de educație digitală, accesați www.sigurantaonline.ro.

Aproape 8 din 10 plăți internaționale realizate de companiile din România ajung la destinatar în mai puțin de 24 de ore

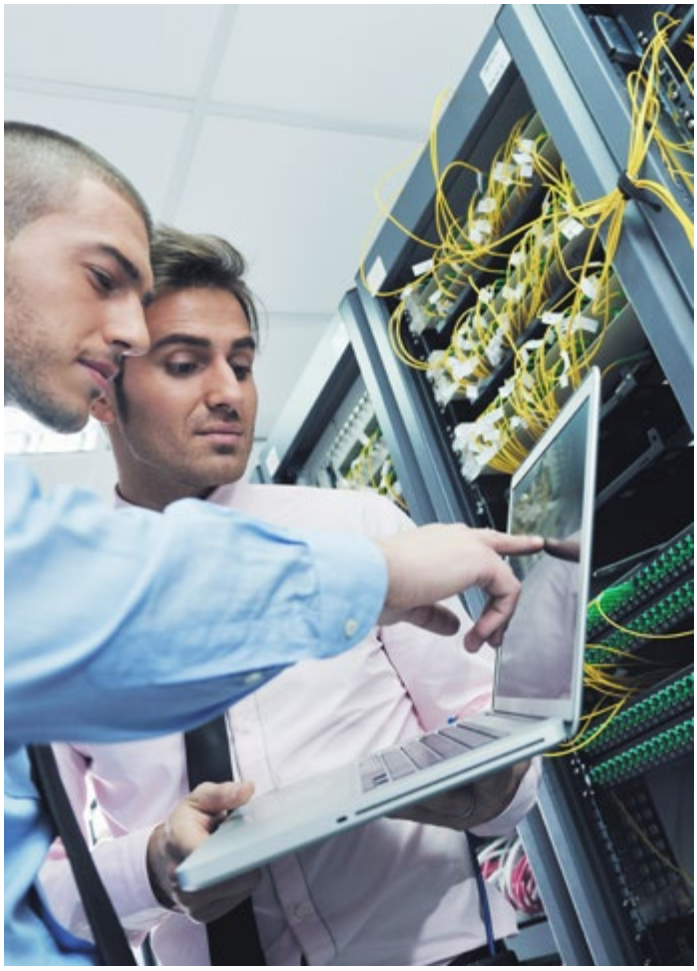
Aproape 8 din 10 plăți (78%) finalizate de companiile multinaționale mici și mijlocii din România care utilizează serviciile iBanFirst sunt decontate în mai puțin de 24 de ore, peste media europeană de 73%, potrivit barometrului Viteza plăților internaționale 2026*, realizat de iBanFirst, unul dintre principalii furnizori de servicii de schimb valutar și plăți internaționale pentru companii. Analiza a peste 250.000 de plăți internaționale procesate prin rețeaua globală SWIFT arată că durata unui transfer poate varia de la câteva minute la peste două zile, în funcție de destinație, monedă și infrastructura bancară.

În ce monede plătesc companiile din România și care sunt principalele destinații ale transferurilor

Dolarul american domină plățile efectuate de clienții iBanFirst din România, reprezentând 50% din numărul total de transferuri, comparativ cu 56% la nivelul piețelor europene analizate. Urmează leul românesc (24%) și euro (21%). Cele mai frecvente transferuri sunt cele în lei către conturi din România (19%), urmate de plățile în dolari către China (11%) și România (7%) și de cele în euro către Turcia (6%). China și Turcia sunt parteneri comerciali importanți ai României, reprezentând 7,1%, respectiv 5,6% din importurile țării, potrivit datelor UN Comtrade.

Plățile în dolari către China, decontate mai lent decât cele către SUA

Deși dolarul american este principala monedă utilizată de clienții iBanFirst din România, viteza transferurilor diferă considerabil în funcție de destinație. Doar 13% dintre plățile în dolari către China sunt decontate în mai puțin de două ore. Alte 58% dintre plăți necesită între două și 24 de ore, iar 21% depășesc 48 de ore. Prin comparație, 68% dintre plățile în dolari către SUA sunt decontate în mai puțin de două ore.



Pentru importatori, diferențele pot influența achitarea facturilor și termenele de livrare. Chiar și în aceeași monedă, momentul în care fondurile devin disponibile partenerului comercial poate varia semnificativ.

România se situează sub media europeană și în privința numărului de bănci intermediare: 1,5 instituții implicate într-un transfer, față de 1,8 la nivel european.

Principalul blocaj continuă să fie procesarea plății de către banca beneficiarului

Potrivit datelor SWIFT prezentate în barometru, 75% dintre transferuri ajung la banca beneficiarului în 10 minute. Totuși, aproximativ 80% din timpul total de procesare este petrecut în etapa finală, până la creditarea contului. Diferențele dintre procedurile bancare și nivelurile de automatizare pot prelungi timpul necesar până când fondurile devin disponibile, afectând termenele contractuale și planificarea fluxurilor de numerar.

„Pentru companiile care importă mărfuri, diferența dintre o plată de două ore și una de două zile poate conta în relația cu furnizorii. De aceea, la iBanFirst punem accent pe transparență și pe posibilitatea de a urmări plățile de la început până la final. Prin instrumente precum Payment Tracker și calculatorul vitezei plăților, companiile pot estima, pe baza datelor reale, cât ar putea dura un transfer către o anumită destinație și pot verifica în timp real unde se află banii. Astfel, își pot planifica mai bine plățile și pot gestiona mai eficient relațiile cu partenerii comerciali", explică Alin Latu, Country Manager România & Ungaria, iBanFirst.

Plățile inițiate dimineața au șanse mai mari să fie procesate în aceeași zi

Barometrul identifică intervalul 8:00–9:00 CET drept cel mai favorabil pentru procesarea plăților. Transferurile inițiate înainte de ora 10:00 CET, de luni până miercuri, au șanse mai mari să fie procesate

în aceeași zi. Prin urmare, iBanFirst recomandă inițierea plăților cât mai devreme, mai ales când există termene comerciale stricte.

La fel de importante sunt verificarea datelor beneficiarului, inclusiv IBAN, BIC, denumirea companiei și scopul transferului, precum și simplificarea aprobărilor interne, prin desemnarea unor înlocuitori și activarea notificărilor.

Alegerea unui furnizor conectat direct la SWIFT, rețeaua globală de comunicare securizată între instituțiile financiare, poate elimina o etapă suplimentară de transmitere a plăților. În același timp, utilizarea SEPA Instant, sistemul european de plăți instantanee în euro, permite transferarea fondurilor în câteva secunde, inclusiv în afara programului bancar, pentru plățile eligibile.

Pentru plățile urgente către furnizorii externi, planificarea unei marje suplimentare de timp și monitorizarea transferurilor reduc incertitudinea. Instrumente precum Payment Tracker și calculatorul vitezei plăților de la iBanFirst permit urmărirea plăților și informarea partenerilor comerciali.

*Barometrul iBanFirst privind viteza plăților internaționale, ediția 2026, analizează peste 250.000 de plăți SWIFT, urmărind timpii de decontare, coridoarele de plată, monedele utilizate și băncile intermediare. Rezultatele analizei se bazează pe plățile internaționale efectuate de companiile care utilizează serviciile iBanFirst în 11 piețe europene, inclusiv România. Datele reflectă activitatea acestor clienți și nu sunt reprezentative pentru totalitatea plăților internaționale realizate de companii pe piețele analizate.

ECONOMIE

COS

PREȚUL REAL

TUL DE OPORTUNITATE:
AL UNEI DECIZII ECONOMICE

CONCEPTUL OBLIGĂ COMPANI ȘI ANTREPRENORII SĂ PRIVEAS dincolo de câștigul imediat și să evalueze ceea ce sacrifică pentru fiecare alegere

În economie, aproape orice decizie presupune o alegere. Resursele sunt limitate, în timp ce nevoile, obiectivele și oportunitățile sunt numeroase. O companie poate investi într-o fabrică nouă sau poate folosi aceiași bani pentru digitalizare. Un antreprenor poate accepta un contract important sau poate păstra capacitatea de producție pentru un client cu perspective mai bune. Un angajat poate rămâne într-un loc de muncă stabil sau poate accepta o oportunitate profesională mai riscantă, dar mai profitabilă.

IILE SCĂ

În toate aceste situații există un element care nu apare întotdeauna în contabilitate, dar care poate influența decisiv calitatea unei alegeri: costul de oportunitate. Acesta reprezintă valoarea celei mai bune alternative la care se renunță atunci când este luată o anumită decizie. O decizie poate părea profitabilă în mod izolat, dar poate deveni mai puțin atractivă atunci când este comparată cu o alternativă abandonată.

Costul de oportunitate este, în esență, valoarea beneficiului pierdut prin alegerea unei alternative în detrimentul celei mai bune opțiuni disponibile

Ce înseamnă costul de oportunitate

Costul de oportunitate este, în esență, valoarea beneficiului pierdut prin alegerea unei alternative în detrimentul celei mai bune opțiuni disponibile. Nu este vorba despre o cheltuială plătită efectiv și nici despre o sumă care apare obligatoriu într-un bilanț. Este mai degrabă un instrument de analiză care ajută la identificarea adevăratului preț al unei decizii.

Dacă o companie dispune de un milion de euro și decide să investească întreaga sumă într-o nouă linie de producție, costul de oportunitate nu este doar suma investită. El poate fi reprezentat de câștigul pe care compania l-ar fi obținut dacă ar fi folosit banii pentru extinderea unei alte divizii, pentru achiziția unei firme concurente sau pentru reducerea unor datorii costisitoare.

Prin urmare, întrebarea relevantă nu este doar „Cât costă această decizie?", ci și „La ce renunțăm pentru a o lua?".

Această perspectivă schimbă modul în care sunt evaluate investițiile și strategiile de business. O companie nu trebuie să analizeze o oportunitate în mod independent, ci în raport cu celelalte utilizări posibile ale resurselor sale.

Resursele limitate fac alegerile inevitabile

Costul de oportunitate apare tocmai pentru că resursele sunt limitate. Capitalul, timpul, forța de muncă, spațiile, materiile prime și capacitatea managerială nu pot fi utilizate simultan pentru toate proiectele posibile.

În cazul unei companii, limitarea resurselor este vizibilă mai ales în perioadele de creștere. O firmă care primește mai multe comenzi decât poate onora trebuie să decidă ce clienți prioritizează. Dacă aceeași echipă, aceeași fabrică sau aceleași utilaje pot fi folosite pentru mai multe proiecte, alegerea unui proiect presupune renunțarea la altul.

Costul de oportunitate poate apărea și atunci când resursa pare să nu coste nimic. Timpul antreprenorului este un exemplu relevant. Dacă proprietarul unei companii petrece două zile pentru a rezolva o problemă administrativă pe care ar putea să o delege, costul de oportunitate este reprezentat de valoarea activităților strategice pe care nu le-a mai putut realiza în acel interval.

Diferența dintre costul contabil și costul de oportunitate

Una dintre cele mai importante distincții este cea dintre costul contabil și costul de oportunitate. Costul contabil se referă la cheltuielile efectiv suportate de o companie. Costul de oportunitate include și valoarea alternativei la care s-a renunțat.

Să presupunem că un antreprenor deține un spațiu comercial și decide să îl folosească pentru propria afacere. Din perspectiva contabilă, utilizarea spațiului poate să nu genereze o cheltuială cu chiria. Totuși, spațiul are o valoare economică. Antreprenorul ar fi putut să îl închirieze unei alte companii și să obțină un venit lunar.

Chiria pe care ar fi putut să o încaseze reprezintă costul de oportunitate al utilizării spațiului pentru propria activitate.

Această diferență este importantă deoarece o afacere poate părea mai profitabilă atunci când sunt luate în calcul doar costurile explicite. O analiză economică mai completă ia în considerare și ceea ce compania sacrifică pentru a utiliza resursele într-un anumit mod.

Una dintre cele mai importante distincții este cea dintre costul contabil și costul de oportunitate

Deciziile de investiții

Investițiile reprezintă unul dintre domeniile în care conceptul are cea mai mare relevanță. O companie care investește capital într-un proiect renunță la posibilitatea de a utiliza acei bani în alte scopuri.

Un proiect poate avea o rentabilitate pozitivă și totuși să nu fie cea mai bună alegere. Dacă investiția A produce un randament de 8%, iar o alternativă comparabilă ar fi putut genera 12%, alegerea primei variante implică un cost de oportunitate important.

În acest context, profitabilitatea absolută nu este suficientă. Managementul trebuie să compare randamentul proiectului cu ceea ce ar putea obține din celelalte oportunități disponibile, ținând cont de risc, lichiditate, orizontul de timp și obiectivele strategice.

Această abordare poate preveni alocarea ineficientă a capitalului. O companie nu trebuie să investească într-un proiect doar pentru că acesta este profitabil, ci pentru că este mai atractiv decât alternativele realiste pe care le are la dispoziție.

Managementul trebuie să compare randamentul proiectului cu ceea ce ar putea obține din celelalte oportunități disponibile

Deciziile antreprenoriale

Antreprenoriatul este, în mare măsură, un proces continuu de alegere între oportunități. Un antreprenor poate avea mai multe idei de afaceri, dar resursele disponibile îi permit să dezvolte doar o parte dintre ele.

Alegerea unei direcții presupune automat renunțarea temporară la celelalte. Dacă un antreprenor investește timp și bani într-un magazin online, costul de oportunitate poate fi proiectul B2B pe care nu îl mai poate dezvolta în aceeași perioadă.

Problema devine și mai complexă atunci când oportunitățile sunt dificil de comparat. O afacere poate avea un potențial financiar ridicat, în timp ce alta poate oferi stabilitate și predictibilitate. În asemenea cazuri, costul de oportunitate nu poate fi redus la o simplă diferență între două valori monetare.

De aceea, antreprenorii trebuie să ia în calcul și factori precum riscul, timpul necesar, flexibilitatea, potențialul de creștere și compatibilitatea cu strategia pe termen lung.

Cum schimbă acest concept modul de a lua decizii

Înțelegerea costului de oportunitate poate îmbunătăți considerabil procesul decizional. În loc să fie evaluată doar întrebarea „Este această investiție bună?", apare o întrebare mai relevantă: „Este aceasta cea mai bună utilizare disponibilă pentru resursele pe care le avem?"

Această schimbare de perspectivă poate conduce la decizii mai eficiente în ceea ce privește capitalul, timpul, oamenii și capacitatea de producție.

Pentru management, conceptul poate deveni un filtru important înaintea deciziilor majore. Orice proiect nou poate fi analizat nu doar prin prisma beneficiilor sale, ci și prin prisma oportunităților sacrificate.

Într-un mediu economic în care resursele sunt permanent disputate, această perspectivă poate face diferența dintre o companie care crește doar în volum și una care reușește să își aloce inteligent resursele.

Prețul real al unei alegeri

Costul de oportunitate arată că prețul unei decizii economice nu este întotdeauna suma înscrisă pe o factură sau într-un buget. Uneori, cel mai important cost este ceea ce compania nu mai poate face după ce a ales o anumită direcție.

Fiecare investiție, fiecare proiect, fiecare angajare și fiecare decizie strategică consumă resurse care ar fi putut fi utilizate în altă parte. Tocmai de aceea, performanța economică depinde nu doar de capacitatea de a identifica oportunități, ci și de capacitatea de a le compara.

În cele din urmă, costul de oportunitate este o invitație la o analiză mai matură a deciziilor. El obligă companiile și antreprenorii să privească dincolo de câștigul imediat și să evalueze ceea ce sacrifică pentru fiecare alegere. Într-o economie în care capitalul, timpul și resursele sunt limitate, adevărata întrebare nu este doar cât costă o decizie, ci cât valorează alternativa la care se renunță. Iar aceasta este, de multe ori, prețul real al unei decizii economice.

OXY
INTRĂ ÎNTR-O N

DEZVOLTARE IMOBILIARĂ

YGEN RESIDENCE
OUĂ ETAPĂ DE DEZVOLTARE

APROPIEREA DE RECEPȚIA PRIMULUI TURN OFERĂ O PERSPECTIVĂ MAI CLARĂ

asupra etapelor următoare de dezvoltare a proiectului

OXYGEN Residence, proiect imobiliar dezvoltat de Sophia Business Capital într-o zonă centrală a Clujului, se apropie de un moment important în dezvoltarea sa: recepția primului turn. Pentru echipă, această etapă marchează trecerea de la dezvoltarea conceptului la materializarea unei experiențe de locuire gândite încă de la început ca un ansamblu integrat, în care locuințele, facilitățile și componenta comercială contribuie împreună la experiența de zi cu zi a rezidenților.

„Ne apropiem cu pași repezi de recepția primului turn OXYGEN Residence, un moment important pentru întreaga echipă și, bineînțeles, pentru proprietarii care au ales deja să investească în acest proiect. În prezent, sunt în curs de finalizare etapele necesare recepției și sunt pregătite procesele care vor urma pentru proprietarii care au achiziționat deja un apartament. Calendarul oficial al recepției va fi comunicat după definitivarea tuturor etapelor necesare, cu accent pe o tranziție organizată, transparentă și însoțită de comunicare constantă”, ne-a declarat dna. Ioana Ciaca, Director de Vânzări OXYGEN Residence Cluj.

Un ansamblu care răspunde nevoilor cotidiene ale comunității

Pentru dezvoltator, recepția nu reprezintă doar încheierea unei etape de construcție, ci începutul unei noi faze în viața proiectului. OXYGEN Residence a fost conceput ca un ansamblu în care locuirea este completată de facilități și servicii menite să răspundă nevoilor cotidiene ale comunității.

În acest moment, aproximativ 70% dintre apartamentele proiectului au fost vândute, iar cererea diferă în funcție de tipologia locuințelor. Apartamentele cu două camere se numără printre cele mai căutate, atât de cumpărători care își doresc o locuință practică și bine poziționată, cât și de investitori interesați de potențialul de închiriere. În același timp, unitățile cu trei și patru camere sunt relevante în special pentru familiile care caută mai mult spațiu, confort și o soluție de locuire pe termen lung.

Diversitatea ofertei reflectă, de altfel, profilul variat al cumpărătorilor. OXYGEN Residence se adresează atât persoanelor și

cuplurilor care își caută propria locuință, cât și familiilor sau investitorilor. În cazul celor din urmă, apartamentele cu două camere prezintă un interes aparte, în contextul unei piețe precum cea din Cluj-Napoca, unde localizarea, tipologia proprietății și atractivitatea pentru potențialii chiriași sunt elemente importante în analiza unei investiții.

Dincolo de apartamentul propriu-zis, cumpărătorii sunt tot mai atenți la valoarea globală a proprietății și la ceea ce există în jurul acesteia. Serviciile, facilitățile, accesibilitatea și infrastructura care simplifică viața de zi cu zi au devenit criterii relevante în procesul de achiziție. În acest context, OXYGEN Residence urmărește să răspundă atât unei nevoi personale de locuire, cât și unei decizii investiționale, printr-un concept axat pe funcționalitate și integrare urbană.

Aproximativ 70% dintre apartamentele proiectului au fost vândute, iar cererea diferă în funcție de tipologia locuințelor

TECHNOVA INVEST ȘI VIEGA CONTRIBUIE LA CONFORTUL LOCATARILOR OXYGEN RESIDENCE CLUJ

Dezvoltat de Sophia Business Capital, OXYGEN Residence Cluj este un ansamblu premium situat în apropierea Parcului Feroviarilor, care reunește locuințe, birouri și spații comerciale.
Pentru acest proiect, Technova Invest a fost antreprenor general pe partea de instalații termice și sanitare, a furnizat echipamente și sisteme pentru încălzire - răcire, sanitare și distribuția apei, inclusiv soluții Viega.

Technova Invest, trei decenii de experiență în serviciul proiectelor moderne

Înființată în 1996, Technova Invest este o companie cu capital integral românesc, specializată în echipamente și soluții pentru instalații termice, sanitare, ventilație și climatizare.
Cu trei decenii de experiență și parteneriate cu producători europeni, compania deservește proiecte rezidențiale, comerciale și industriale, punând accent pe eficiență și durabilitate.
Prezența națională este susținută de 14 depozite proprii și un depozit logistic dedicat, care facilitează disponibilitatea produselor și livrarea acestora.
Echipa de peste 170 de angajați oferă consultanță pentru alegerea echipamentelor, recomandări adaptate fiecărui proiect și suport tehnic pentru instalatori, proiectanți și dezvoltatori.
Portofoliul include soluții pentru producerea și distribuția căldurii, instalații sanitare, încălzire și răcire radiantă și ventilație cu recuperare de căldură.

TECHNOVA
echipamente instalații termice

30 ani împreună

www.technova.ro

Viega - 127 de ani de experiență în tehnologia instalațiilor

Fondată în 1899, compania germană Viega aniversează în acest an 127 de ani de activitate și este lider mondial în domeniul sistemelor de îmbinare prin presare pentru țevi.
Păstrându-și caracterul de companie de familie, Viega dezvoltă soluții pentru instalații sanitare, de apă potabilă și de încălzire, punând accent pe calitatea materialelor și compatibilitatea componentelor.
Cercetarea, dezvoltarea și testarea riguroasă a produselor susțin fiabilitatea sistemelor, iar menținerea calității apei potabile reprezintă una dintre competențele centrale ale companiei. Oferta este completată de consultanță în etapele de planificare și execuție, precum și de seminarii tehnice pentru profesioniști. Viega activează în România din 1999.

Un parteneriat de peste 25 de ani

De peste 25 de ani, Technova Invest și Viega colaborează pentru a aduce pe piața românească soluții fiabile pentru instalații.
Parteneriatul îmbină tehnologia producătorului german cu experiența Technova în selecția și furnizarea echipamentelor, iar OXYGEN Residence Cluj este unul dintre proiectele în care această colaborare se concretizează.

Soluțiile implementate la OXYGEN Residence Cluj

Pentru complexul rezidențial OXYGEN Residence Cluj, Technova Invest, în parteneriat cu Viega, a furnizat echipamente pentru un sistem complex de încălzire și instalații sanitare, conceput pentru eficiență, fiabilitate și confort pe termen lung pentru locatari.
Încălzirea în pardoseală este realizată cu sistemul Herz, care asigură distribuția uniformă a căldurii și confortul termic în apartamente.
Agentul termic este produs de cazanele Viessmann, iar circulația acestuia este asigurată de pompele de circulație Wilo. Stocatoarele TML permit acumularea energiei termice și contribuie la optimizarea consumului și la stabilitatea sistemului.
Instalațiile sanitare și de distribuție a apei sunt realizate cu sisteme premium Viega: sistemul multistrat Pexfit Pro și sistemul Sanpress Inox. Sistemul Viega Prestabo este utilizat pentru circuitele închise de încălzire.
Soluțiile furnizate de Technova Invest, inclusiv sistemele Viega, completează atenția acordată de dezvoltator calității materialelor și durabilității construcției. La OXYGEN Residence Cluj, această abordare se reflectă în instalații concepute pentru confortul locatarilor și funcționare fiabilă pe termen lung.

www.viega.ro

viega

Locația, un criteriu fundamental

Localizarea rămâne un criteriu fundamental, în special într-un oraș dinamic precum Cluj-Napoca. Proximitatea față de zonele de business, Parcul Feroviarilor, servicii și puncte de interes poate influența semnificativ stilul de viață. Pentru familii, confortul, compartimentarea și facilitățile sunt importante, în timp ce investitorii urmăresc inclusiv potențialul de închiriere și atractivitatea proprietății pe termen lung.

În cazul OXYGEN Residence, diferența este urmărită prin modul în care toate aceste elemente se completează: un proiect rezidențial contemporan, cu mai multe tipuri de apartamente, o componentă comercială și acces la servicii de proximitate.

„Cumpărătorii sunt tot mai informați și analizează achiziția într-un context mai larg. Ei caută o proprietate care să răspundă nevoilor de astăzi, dar care să rămână relevantă și în anii următori. Din acest motiv, abordarea noastră este să înțelegem foarte bine prioritățile fiecărui client și să îi oferim toate informațiile necesare pentru o decizie asumată”, este de părere Ioana Ciaca.

Un ansamblu care integrează locuirea și serviciile

Componenta comercială reprezintă una dintre piesele importante ale conceptului OXYGEN Residence. Un reper deja prezent în cadrul proiectului este Mega Image, care contribuie la dezvoltarea componentei de proximitate și oferă locatarilor acces la un serviciu relevant pentru viața de zi cu zi.

În același timp, există în continuare spații comerciale disponibile pentru închiriere, iar obiectivul este atragerea unor operatori care să completeze coerent oferta existentă. Strategia urmărește un mix comercial echilibrat, bazat pe servicii utile, accesibile și relevante pentru comunitatea care se va forma în cadrul ansamblului.

Un reper deja prezent în cadrul proiectului este Mega Image, care contribuie la dezvoltarea componentei de proximitate

„Un proiect mixt trebuie să funcționeze ca un ecosistem. Din această perspectivă, componenta rezidențială generează nevoi, iar funcțiunile comerciale pot răspunde unei părți dintre acestea, contribuind la confortul locatarilor și la activitatea zonei. Operatorii sunt analizați nu doar din perspectiva ocupării unui spațiu, ci și în funcție de compatibilitatea cu proiectul și de valoarea pe care o pot aduce", mai spune Directorul de Vânzări.

Printre direcțiile avute în vedere se numără și dezvoltarea unei săli de sport, o facilitate care ar completa oferta proiectului și ar răspunde interesului pentru un stil de viață activ. Formula concretă pentru această componentă este în continuare analizată.

Pentru Sophia Business Capital, succesul galeriilor comerciale nu înseamnă doar ocuparea spațiilor, ci și calitatea operatorilor

și relevanța serviciilor oferite locatarilor. Obiectivul este ca această componentă să evolueze organic și să contribuie la atractivitatea OXYGEN Residence pe termen lung.

SMART ELEVATORS

HYUNDAI ELEVATOR
Official Distribuitor

Contact: office@smartelevators.eu
+40 364 883 889

Smart Elevators – Partener pentru soluții moderne de transport pe verticală

Într-un domeniu al construcțiilor în continuă evoluție, în care siguranța, eficiența și fiabilitatea sunt esențiale, **Smart Elevators** oferă soluții și servicii specializate pentru transportul pe verticală, adaptate cerințelor proiectelor moderne.

Activitatea companiei se bazează pe două direcții strategice: reprezentarea exclusivă și distribuția soluțiilor **Hyundai Elevator în România**, precum și furnizarea de servicii profesionale de instalare, modernizare și mentenanță pentru ascensoare, platforme de transport, scări rulante și trotuare rulante, indiferent de producător.

Prin colaborarea cu beneficiari, arhitecți, proiectanți, antreprenori și dezvoltatori imobiliari, **Smart Elevators** urmărește să contribuie la realizarea unor clădiri funcționale, accesibile și sigure, oferind soluții adaptate atât proiectelor noi, cât și celor de modernizare.

Viziunea noastră este de a deveni unul dintre cei mai de încredere parteneri din România în domeniul transportului pe verticală, prin profesionalism, inovație și servicii de calitate. Construim parteneriate durabile, bazate pe încredere și pe angajamentul constant față de excelența operațională.

Cumpărătorii analizează atât valoarea proprietății, cât și implicațiile financiare ale achiziției

Un proces de achiziție transparent

În procesul de achiziție, flexibilitatea financiară este un alt element important, în condițiile în care fiecare cumpărător are un profil financiar diferit și își planifică investiția în funcție de propriile obiective și resurse. Echipa de vânzări pune accent pe transparența procesului și pe prezentarea clară a condițiilor comerciale și a etapelor implicate.

În funcție de situația fiecărui client și de condițiile comerciale aplicabile, sunt discutate variantele disponibile și identificate opțiunile potrivite. În contextul pieței rezidențiale din Cluj-Napoca, cumpărătorii analizează atât valoarea proprietății, cât și implicațiile financiare ale achiziției, astfel încât claritatea și predictibilitatea procesului pot avea un rol important în decizia finală.

„Din perspectiva mea, rolul echipei de vânzări nu este doar acela de a prezenta o ofertă, ci și de a oferi informații clare, de a înțelege nevoile clientului și de a-l sprijini în evaluarea opțiunilor. O decizie bună începe cu o înțelegere corectă a tuturor aspectelor tranzacției”, mai spune Ioana Ciaca.

Viziunea rămâne aceea de a dezvolta un ansamblu coerent, în care componenta rezidențială să fie completată de facilități și servicii relevante

Următoarele două turnuri și perspectiva dezvoltării

OXYGEN Residence a fost conceput ca un proiect amplu, cu trei turnuri și o viziune de dezvoltare pe termen lung. Primul turn reprezintă o etapă importantă în materializarea acestei viziuni, iar apropierea de recepție permite o perspectivă mai clară asupra etapelor următoare.

În ceea ce privește celelalte două turnuri, calendarul de începere a lucrărilor va fi comunicat atunci când etapele de dezvoltare vor fi suficient de bine definite pentru a putea oferi informații concrete. Abordarea este una prudentă, bazată pe comunicarea unor termene realiste și asumate, mai degrabă decât pe estimări care s-ar putea modifica.

„Pe măsură ce proiectul evoluează, ne dorim ca OXYGEN Residence să devină un reper relevant pentru locuirea contemporană în Cluj-Napoca. Este o perspectivă care presupune consecvență, planificare atentă și o înțelegere permanentă a nevoilor cumpărătorilor și ale comunității", completează reprezentantul companiei.

Oportunități pentru noi direcții de dezvoltare

În ceea ce privește proiectele viitoare, atenția rămâne concentrată în prezent asupra OXYGEN Residence. Dezvoltarea unui proiect de amploarea acestuia presupune un efort important de coordonare, iar prioritatea este gestionarea atentă a fiecărei etape și valorificarea potențialului ansamblului.

Există, în perspectivă, oportunități pentru noi direcții de dezvoltare, însă acestea vor fi analizate în funcție de logica fiecărui proiect, de poziționarea sa și de capacitatea de a răspunde unei nevoi reale a pieței.

„Cred că este suficient să spun că ne dorim să continuăm să construim și să dezvoltăm proiecte relevante. Iar atunci când va fi momentul potrivit, vom avea, cu siguranță, și alte lucruri interesante de anunțat. Până atunci, OXYGEN Residence rămâne prioritatea noastră și proiectul căruia îi dedicăm întreaga atenție", încheie dna. Ioana Ciaca, Director de Vânzări OXYGEN Residence Cluj.

ASA CONS: SOLUȚI
PENTRU CONSTRU

CONSTRUCȚII

I INTEGRATE PREFABRICATE
CȚII INDUSTRIALE MODERNE

COMPANIA ÎȘI PROPUNE O DEZVOLTARE SUSTENABILĂ ȘI ECHILIBRATĂ,

cu accent pe eficiență, adaptabilitate și capacitatea de a răspunde rapid cerințelor pieței

ASA CONS România, companie specializată în proiectarea, producția și montajul soluțiilor prefabricate din beton, se apropie de aniversarea a 30 de ani de activitate pe piața locală a construcțiilor. De-a lungul celor trei decenii, compania și-a consolidat poziția în domeniul soluțiilor prefabricate, dezvoltându-și constant competențele și extinzând treptat gama de produse și servicii oferite clienților.

Evoluția din ultimii ani a fost marcată atât de schimbările din industria construcțiilor, cât și de nevoia beneficiarilor de a avea un control mai bun asupra costurilor și termenelor de execuție.

Pandemia, volatilitatea prețurilor materiilor prime și efectele conflictelor geopolitice asupra costurilor și lanțurilor de aprovizionare au determinat compania să își adapteze modul de operare. În consecință, ASA CONS România și-a concentrat eforturile asupra flexibilității, eficientizării proceselor și optimizării soluțiilor tehnice, urmărind să ofere clienților un grad mai ridicat de predictibilitate.

Andrei Ianoș,
Directorul Departamentului Construcții ASA CONS

„Nu mai reprezentăm un simplu executant al unor elemente de structură, ci un partener de încredere în proiectele clienților noștri, fiind alături de aceștia din etapa de concept pentru a le oferi suport în alegerea celor mai bune soluții. În mod firesc, am început să dezvoltăm și componenta de antrepriză generală, prin implicarea în proiecte de dimensiuni mai reduse, pentru a acumula experiență și a asigura o creștere sustenabilă și în această direcție", ne-a declarat dl. Andrei Ianoș, Directorul Departamentului Construcții ASA CONS.

Apartenența la grupul Consolis oferă companiei acces la experiența și soluțiile tehnice dezvoltate pe mai multe piețe europene. Pentru clienții locali, această integrare combină experiența unei echipe care cunoaște particularitățile pieței românești cu expertiza tehnică și soluțiile validate la nivel internațional.

Apartenența la grupul Consolis oferă companiei acces la experiența și soluțiile tehnice dezvoltate pe mai multe piețe europene

Construcțiile industriale rămân nucleul activității

În prezent, activitatea companiei are la bază proiectarea, producția și montajul soluțiilor prefabricate, completate de servicii integrate pe parcursul proiectelor.

Construcțiile industriale reprezintă în continuare principalul segment de activitate al ASA CONS România, compania având o experiență extinsă în acest domeniu. În ultimii ani, însă, portofoliul s-a diversificat prin implicarea în proiecte de infrastructură și în alte categorii de investiții în care soluțiile prefabricate pot aduce avantaje în ceea ce privește viteza de execuție și predictibilitatea.

Spațiile logistice și unitățile de producție rămân printre domeniile cu cea mai mare nevoie de soluții care să permită realizarea proiectelor într-un timp scurt și cu un nivel cât mai ridicat de control asupra costurilor. În același timp, compania observă un interes în creștere pentru utilizarea prefabricatelor și în construcțiile civile.

Evoluția acestui segment va depinde însă de modul în care piața se va adapta la noul Cod al urbanismului și la modificările legislative asociate, precum și de presiunea exercitată de creșterea costurilor cu forța de muncă în construcțiile realizate prin metode tradiționale.

Proiecte complexe și extinderea portofoliului

În ciuda unei anumite contracții a pieței construcțiilor în ultima perioadă, ASA CONS România a continuat să participe la proiecte importante la nivel național.

Printre acestea se numără Bazinul Olimpic David Popovici din Borhanci, Cluj, proiect care a presupus provocări deosebite atât în etapa de fabricație, cât și în cea de montaj. Pentru protejarea terasamentului special al bazinului, stâlpii de mari dimensiuni au fost montați din exteriorul obiectivului, cu ajutorul unei macarale de 300 de tone, cu o rază de lucru de 20 de metri. Lucrările au fost finalizate într-un timp record.

Un alt proiect important este reprezentat de colaborarea cu Dedeman, care a ajuns la

cel de-al 66-lea proiect realizat în parteneriat. În acest caz, provocarea nu constă doar în complexitatea tehnică a fiecărei construcții, ci și în menținerea constantă a standardelor de calitate și a ritmului de execuție necesar pentru respectarea termenelor de deschidere a magazinelor.

BPM
PC STRAND

PC STRAND

Toron din oțel pentru beton precomprimat, utilizat în construcții și proiecte de infrastructură.

- Livrări în România și pe alte piețe europene
- EPD • Producție conformă standardelor europene
- Livrare directă de la producător

EXPORT@BPMPLUS.MD | WWW.BPMPCSTRAND.MD | +373 60 300 636

ISO 9001:2015 ISO 14001:2015 ISO 45001:2023

SCANEAZĂ PENTRU DETALII TEHNICE

Portofoliul recent include și manejul de cai din cadrul Issa Resort Turda, unde au fost realizate deschideri atipic de mari pentru a răspunde cerințelor arhitecturale și funcționale ale proiectului, magazinul Mömax din Brașov, cu o suprafață de aproximativ 25.000 de metri pătrați, precum și Campusul Universitar Sapientia din Sfântu Gheorghe, unde compania a livrat, pe lângă elementele structurale, și elemente arhitecturale speciale, sub forma unor arce de mari dimensiuni.

Un proiect de referință pentru anul 2026 este extinderea Parcului Logistic WDP Dragomirești, pentru care ASA CONS România furnizează integral soluția de structură prefabricată. Serviciile includ proiectarea structurală și de detaliu, producția, transportul și montajul elementelor prefabricate din beton pentru peste 50.000 de metri pătrați de spații logistice destinate închirierii.

Predictibilitatea, un criteriu tot mai important pentru beneficiari

Schimbarea cerințelor beneficiarilor este una dintre principalele evoluții observate de companie în ultimii ani. Dacă prețul rămâne un criteriu important în luarea deciziilor, acesta este analizat tot mai mult împreună cu durata de execuție, predictibilitatea costurilor, disponibilitatea forței de muncă și criteriile de sustenabilitate.

Într-un context marcat de volatilitatea prețurilor materialelor, de deficitul de personal calificat și de necesitatea finalizării rapide a investițiilor, beneficiarii își doresc soluții care să reducă cât mai mult riscurile asociate execuției. Din această perspectivă, prefabricarea răspunde foarte bine cerințelor actuale ale pieței,

Schimbarea cerințelor beneficiarilor este una dintre principalele evoluții observate de companie în ultimii ani

Producția într-un mediu controlat permite menținerea unui nivel constant al calității, reduce dependența de condițiile meteorologice și permite o planificare mai riguroasă a lucrărilor. Transferarea unei părți importante a activității din șantier în fabrică contribuie, de asemenea, la reducerea necesarului de forță de muncă la montaj și la scurtarea duratei de execuție.

„Observăm, de asemenea, un interes tot mai mare pentru soluțiile sustenabile. Beneficiarii sunt din ce în ce mai atenți la amprenta de carbon a proiectelor și la posibilitatea obținerii unor certificări precum BREEAM, iar prefabricatele oferă avantaje importante și din această perspectivă, prin optimizarea consumului de materiale și reducerea deșeurilor generate în procesul de construire", este de părere dl. Ianoș.

Beneficiarii sunt din ce în ce mai atenți la amprenta de carbon a proiectelor și la posibilitatea obținerii unor certificări

A new frontier in concrete acceleration

O nouă frontieră în accelerarea betonului

Industria betonului prefabricat trece printr-o transformare profundă odată cu introducerea cimenturilor cu conținut scăzut de clinker. Pe măsură ce conținutul de clinker scade și materialele suplimentare cimentoase sunt tot mai mult utilizate pe scară largă, menținerea ritmului de producție păstrând în același timp eficiența, performanța și fiabilitatea industrială - devine din ce în ce mai complexă și complicată.

Master Builders Solutions, lider global în inovația tehnologiei aditivilor de beton, lansează un nou pachet avansat de accelerare - Soluția combină trei tehnologii puternice care pot funcționa atât individual cât și sinergic pentru a obține rezultatele dorite.

» *MasterCO₂re HES 30*

» *MasterX-Seed 300 NEXT*

» *MasterBoost 3000*

formează un pachet modular de accelerare puternic și flexibil, care permite integrarea cu succes a amestecurilor de ciment cu conținut scăzut de clinker, permițând menținerea atât a timpilor reduși de decofrare cât și a unei performanțe fiabile la vârstă timpurie.

Investiții în producție și digitalizare

Pentru susținerea capacității operaționale și eficientizarea proceselor interne, ASA CONS România a derulat în ultima perioadă mai multe investiții. Una dintre acestea a vizat extinderea capacității de depozitare prin achiziția unui teren adiacent platformei de producție, dotat cu poduri rulante și infrastructura necesară pentru manipularea elementelor prefabricate.

Compania a finalizat și înlocuirea uneia dintre stațiile pentru producția betonului, investiție care urmărește creșterea fiabilității procesului de producție și menținerea unui nivel constant al calității. În paralel, parcul de tipare este dezvoltat în mod continuu.

„Din fericire, nivelul de digitalizare al companiei era deja unul ridicat, majoritatea proceselor de evidență, planificare și monitorizare fiind gestionate în format electronic. Cu toate acestea, continuăm să dezvoltăm și să integrăm soluții digitale care ne permit o mai bună urmărire a modului de ofertare, a fluxurilor de producție, a stocurilor și a resurselor, precum și o colaborare mai eficientă între departamente”, mai spune Directorul Departamentului Construcții.

Sustenabilitatea intră tot mai mult în strategia de produs

Sustenabilitatea a devenit o componentă tot mai importantă a proiectelor de construcții, pe fondul cerințelor europene și al interesului beneficiarilor pentru clădiri cu performanțe de mediu mai bune.

În acest context, ASA CONS România a obținut la începutul anului 2026 certificarea EPD – Environmental Product Declaration pentru produsele sale, certificare care permite evaluarea și cuantificarea transparentă a impactului acestora asupra mediului. Compania consideră că rezultatul obținut în ceea ce privește indicatorul GWP, Global Warming Potential, este competitiv, dar își propune să continue reducerea amprentei de carbon.

În acest scop, ASA CONS a implementat măsuri concrete pentru reducerea impactului asupra mediului. În parteneriat cu LG TRANS, compania utilizează transport cu autovehicule electrice pentru o parte dintre materiile prime, iar împreună cu Heidelberg Materials a dezvoltat elemente prefabricate care utilizează ciment cu emisii reduse de carbon, inclusiv soluții bazate pe tehnologia evoZero.

ASA CONS a implementat măsuri concrete pentru reducerea impactului asupra mediului

„Totodată, am obținut certificări internaționale care atestă caracterul sustenabil al produselor noastre, inclusiv din perspectiva posibilității de reutilizare a elementelor prefabricate la finalul ciclului lor de viață. Considerăm că viitorul industriei nu se rezumă doar la reducerea emisiilor generate în procesul de producție, ci și la dezvoltarea unor soluții care să susțină principiile economiei circulare și utilizarea eficientă a resurselor”, detaliază dl. Andrei Ianoș.

Echipa, o componentă importantă a dezvoltării

Într-o industrie care se confruntă cu un deficit de specialiști, în special în zonele tehnice și de producție, ASA CONS România pune accent atât pe recrutare, cât și pe păstrarea și dezvoltarea angajaților existenți.

Compania are o echipă stabilă, formată în mare parte din oameni cu experiență, iar dezvoltarea profesională este susținută prin promovare internă și oportunități de creștere. În procesul de recrutare, experiența tehnică rămâne relevantă, însă compania acordă o importanță tot mai mare capacității de învățare și adaptare.

Responsabilitatea, orientarea către calitate, spiritul de echipă și asumarea responsabilității sunt, potrivit companiei, competențe importante într-un domeniu aflat într-o transformare continuă.

ASA CONS are o echipă stabilă, formată în mare parte din oameni cu experiență

Afaceri de 126 milioane de lei în 2025

Evoluția financiară recentă a companiei trebuie privită în contextul dinamicii generale a pieței construcțiilor. După o perioadă de creștere susținută în intervalul 2020-2024, sectorul construcțiilor, inclusiv piața prefabricatelor, a intrat într-o perioadă de contracție.

În 2025, ASA CONS România a înregistrat o cifră de afaceri de 126 milioane de lei, într-un context caracterizat de prudență investițională, incertitudine legislativă și efectele turbulențelor geopolitice asupra mediului economic.

Compania indică printre factorii care influențează în prezent performanța nivelul investițiilor din economie, costurile materialelor și ale forței de muncă, predictibilitatea legislativă și ritmul de implementare a proiectelor publice și private. În această perioadă, mai multe proiecte au fost amânate, redimensionate sau reevaluate de investitori, cu efecte asupra cererii din industrie.

„Rezultatul pozitiv obținut în 2025 este, în mare măsură, meritul echipei noastre, care a abordat cu aceeași hotărâre atât atragerea de noi proiecte, cât și eficientizarea continuă a activității. De la planificarea producției și

Rezultatul pozitiv obținut în 2025 este, în mare măsură, meritul echipei ASA CONS

negocierea condițiilor comerciale cu furnizorii, până la identificarea celor mai performante soluții tehnice pentru clienți, fiecare decizie a contribuit la păstrarea competitivității companiei într-un context economic dificil", explică reprezentantul companiei.

Dezvoltare echilibrată în următorii ani

Pentru perioada următoare, ASA CONS România își propune o dezvoltare sustenabilă și echilibrată, cu accent pe eficiență, adaptabilitate și capacitatea de a răspunde rapid cerințelor pieței.

Compania urmărește consolidarea poziției pe segmentele care reprezintă nucleul actual al activității – construcțiile industriale și proiectele de infrastructură – și dezvoltarea în continuare a unor soluții prefabricate cu un impact redus asupra mediului.

Construcțiile civile reprezintă o zonă în care compania vede oportunități, pe fondul interesului în creștere pentru prefabricate, însă consideră că segmentul se află încă într-o etapă de maturizare. În paralel, componenta de antrepriză generală va fi dezvoltată gradual, prin proiecte selectate astfel încât extinderea gamei de servicii să nu afecteze standardele de calitate.

„Dincolo de investițiile în tehnologie și produse, cea mai importantă investiție rămâne cea în oameni. Într-o industrie afectată de deficitul de personal calificat, capacitatea de a atrage, forma și păstra profesioniști competenți va reprezenta un factor esențial pentru atingerea obiectivelor noastre pe termen lung", concluzionează dl. Andrei Ianoș, Directorul Departamentului Construcții ASA CONS.

CONSTRUCȚII

VOLTA X – UN AN DE CONSOLIDARE, INTEGRARE ȘI DEZVOLTARE

COMPANIA A FĂCUT NOI PAȘI ÎN DEZVOLTAREA CAPACITĂȚILOR

și în transformarea investițiilor realizate în oportunități concrete de creștere

La un an de la publicarea materialului dedicat VOLTA X în Jurnal de Afaceri, evoluția companiei confirmă direcțiile de dezvoltare conturate la acel moment. În 2025, VOLTA X se afla într-o etapă de dezvoltare accelerată, marcată de extinderea portofoliului de proiecte fotovoltaice, integrarea tot mai amplă a soluțiilor de stocare și dezvoltarea serviciilor dedicate eficienței energetice. În paralel, compania își pregătea noi investiții în infrastructură, dezvoltarea competențelor și consolidarea echipei.

Ultimul an a reprezentat o etapă de consolidare și maturizare a acestor direcții, cu noi pași în dezvoltarea capacităților companiei și în transformarea investițiilor realizate în oportunități concrete de creștere. VOLTA X a depășit pragul de 60 MW de capacități fotovoltaice instalate, însă evoluția companiei nu este privită exclusiv prin prisma numărului de MW implementați.

„Experiența acumulată arată tot mai clar că valoarea unui proiect energetic nu este dată doar de puterea instalată. Un sistem mai mare nu este automat un sistem mai bun. Important este ca soluția aleasă să răspundă profilului real de consum, modului

Cătălin Velești,
CEO și Proprietar VOLTA X SOLAR SYSTEMS

de funcționare al beneficiarului, condițiilor tehnice ale amplasamentului, obiectivelor investiției și perspectivelor sale de dezvoltare", ne-a declarat dl. Cătălin Velești, CEO și Proprietar VOLTA X SOLAR SYSTEMS

Din acest motiv, VOLTA X urmărește să se implice încă din etapa de analiză și consultanță și să construiască împreună cu beneficiarul soluția potrivită: sistem fotovoltaic, stocare, management energetic, eficiență energetică sau o combinație între acestea. Obiectivul nu este instalarea unui număr cât mai mare de kWp, ci obținerea unui sistem care produce și utilizează energia cât mai eficient și care rămâne relevant pe termen lung.

VOLTA X urmărește să construiască împreună cu beneficiarul soluția potrivită: sistem fotovoltaic, stocare, management energetic, eficiență energetică sau o combinație între acestea

Proiecte diferite, aceeași abordare: soluția trebuie adaptată beneficiarului

În ultimul an, VOLTA X a continuat implementarea de proiecte pentru companii industriale, sectorul agroalimentar, producători de energie și instituții publice. Diversitatea acestora a contribuit la dezvoltarea capacității echipei de a răspunde unor profile de consum și unor cerințe tehnice foarte diferite.

Un proiect relevant pentru zona utility este centrala fotovoltaică de aproximativ 7 MWp, integrată cu un sistem de stocare de aproximativ 2 MWh, realizată în județul Dâmbovița. Proiectul a presupus integrarea producției fotovoltaice, a stocării și a infrastructurii electrice necesare și reprezintă un exemplu al trecerii către proiecte energetice tot mai complexe.

O altă zonă în care compania a acumulat experiență importantă este industria agroalimentară, inclusiv prin proiectele dezvoltate cu finanțare nerambursabilă prin schema AFIR.

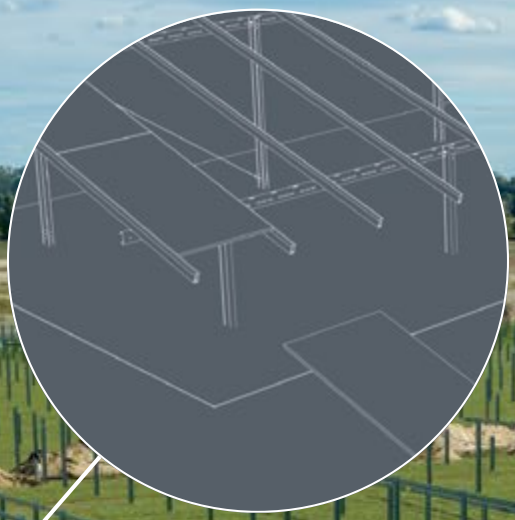
VOLTA X a fost implicată în proiecte finanțate și implementate în cadrul primelor două sesiuni AFIR dedicate investițiilor în energie regenerabilă, acumulând astfel experiență nu doar în realizarea tehnică a sistemelor, ci și în gestionarea unor proiecte care trebuie să respecte simultan cerințe tehnice, economice, contractuale și de eligibilitate specifice finanțărilor.

În proiecte, consultanța tehnică devine la fel de importantă ca execuția propriu-zisă

În portofoliul relevant se regăsesc proiecte pentru companii precum Suinprod, Avitop și Kosarom, beneficiari din industria agroalimentară pentru care consumul energetic reprezintă o componentă importantă a activității curente.

Experiența acumulată în AFIR 1 și AFIR 2 va fi valorificată și în proiectele care urmează în cadrul AFIR 3. Pentru VOLTA X, avantajul acestei continuități este capacitatea de a aborda noile investiții pornind de la experiența practică a proiectelor deja implementate: de la dimensionare și corelarea soluției cu profilul de consum până la integrarea stocării, coordonarea implementării și respectarea condițiilor specifice finanțării.

În astfel de proiecte, consultanța tehnică devine la fel de importantă ca execuția propriu-zisă. Într-o fermă, într-o unitate de procesare a cărnii sau într-o fabrică din industria alimentară, curba de consum poate fi foarte diferită de la un beneficiar la altul. O soluție corect dimensionată trebuie să țină cont de aceste diferențe și să nu pornească de la o formulă standard.



K2 Pi-Rack

Pentru proiecte la sol de mari dimensiuni

- Montaj simplu al modulelor, fără șuruburi, în profile de inserție cu două laturi
- Configurație flexibilă
- Toate componentele din oțel, inclusiv stâlpii de susținere, sunt protejate cu un strat de zinc-magneziu-aluminiu
- Organizarea eficientă a cablurilor direct în interiorul profilelor de susținere sau de-a lungul elementelor structurale

Trimite solicitarea pentru proiectul tău

K2 WallPV

Fațadele ca surse de energie

- Compatibil cu suprafețe din beton, panouri sandwich, tablă trapezoidală sau ondulată și zidărie
- FacadeRail: Console de fixare pe perete pentru beton și zidărie masivă, compatibile cu fațade ventilate și sisteme de termoizolație exterioară (ETICS)
- CarrierRail: Omologat de autoritățile competente în domeniul construcțiilor pentru montaj pe panouri sandwich
- MultiRail: Șină scurtă pentru montaj rapid pe fațade din tablă trapezoidală sau ondulată, cu un singur strat
- PerfoRail: Montaj pe pereți din beton termoizolați, fără decuparea stratului termoizolant

Începe proiectarea fațadei tale

k2-systems.com ↗

Proiecte în sectorul public

În sectorul public, un proiect relevant este sistemul fotovoltaic de aproximativ 1 MW realizat pentru Universitatea „Ștefan cel Mare" din Suceava, implementat pe opt corpuri de clădire și finanțat prin Fondul pentru Modernizare. Complexitatea proiectului a fost dată nu doar de puterea instalată, ci și de distribuirea sistemului pe mai multe clădiri și de necesitatea integrării lucrărilor într-un campus universitar funcțional.

„Proiectul are, în același timp, și o componentă didactică importantă. Sistemul este utilizat și în scop educativ, oferindule studenților posibilitatea de a înțelege mai bine, într-un context real, modul de funcționare al unei instalații fotovoltaice de amploare. În acest fel, investiția contribuie nu doar la producerea de energie regenerabilă și la reducerea consumului din rețea, ci și la pregătirea viitorilor specialiști din domeniul energetic", este de părere dl. Velescu.

Tot în zona proiectelor publice se înscrie și contractul câștigat prin licitație pentru realizarea parcului fotovoltaic al Municipiului Cluj-Napoca. Proiectul are o capacitate de aproximativ 4,8 MW și reprezintă un nou pas în dezvoltarea portofoliului de proiecte realizate pentru autorități publice.

Proiectul de la Cluj este important nu doar prin dimensiune, ci și prin faptul că arată capacitatea companiei de a concura pentru investiții publice complexe și de a transfera experiența acumulată în sectorul industrial și utility către proiecte cu impact direct asupra comunităților.

Stocarea – de la o tehnologie complementară la o componentă a strategiei energetice

Stocarea energiei este una din direcțiile în care VOLTA X a investit constant în ultima perioadă, atât prin proiectele implementate, cât și prin dezvoltarea relațiilor cu producători și furnizori specializați.

Compania nu urmărește o abordare în care bateria este adăugată automat unui sistem fotovoltaic. Rolul stocării trebuie stabilit în funcție de fiecare proiect: creșterea autoconsumului, păstrarea energiei produse în anumite intervale pentru utilizarea ei atunci când este necesară, reducerea vârfurilor de consum, creșterea flexibilității energetice sau acoperirea altor cerințe specifice beneficiarului.

Tocmai de aceea, o parte importantă a activității din ultimul an a fost dedicată identificării și evaluării unor tehnologii și parteneriate care să permită configurarea unor soluții cât mai potrivite pentru proiectele C&I și utility.

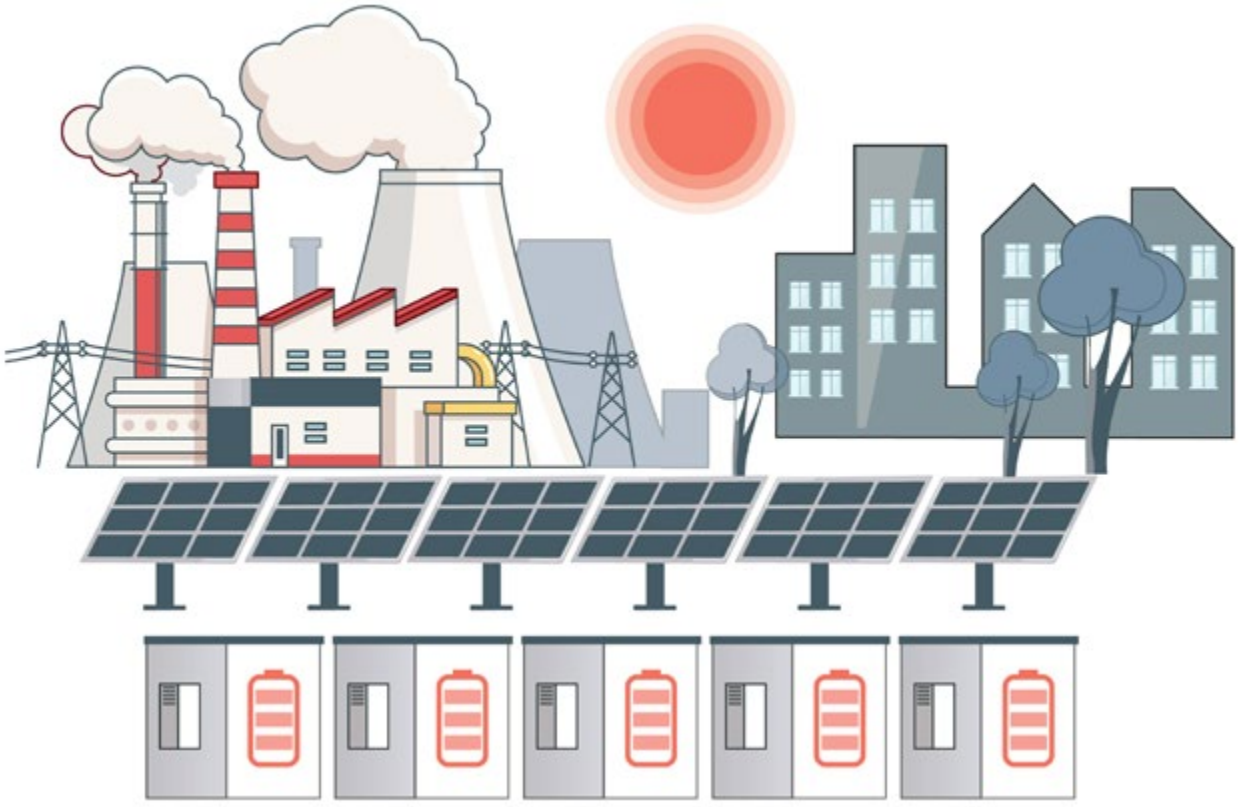
Un exemplu este dezvoltarea colaborării cu POWEROAD, producător internațional specializat în sisteme de stocare a energiei.

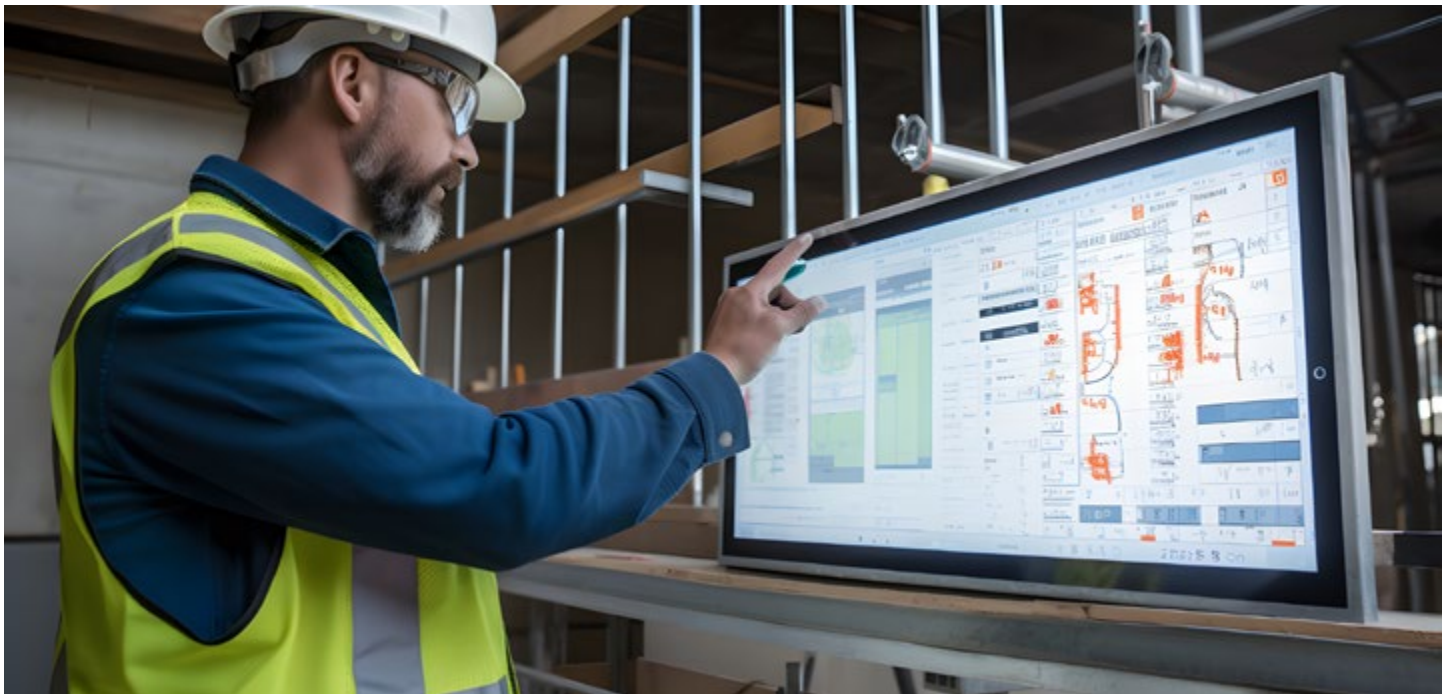
Rolul stocării trebuie stabilit în funcție de fiecare proiect

Relația a depășit zona unei simple colaborări furnizor–integrator și a presupus schimburi directe de experiență între echipe. Reprezentanții Poweroad au vizitat VOLTA X în România în două rânduri, iar Cătălin Velescu, owner VOLTA X, a vizitat facilitățile de producție Poweroad din Xiamen, China.

Aceste interacțiuni au oferit posibilitatea de a analiza direct tehnologiile disponibile, arhitectura sistemelor și direcțiile de dezvoltare pentru segmentul comercial și industrial, dar și de a discuta cerințele reale întâlnite în proiectele dezvoltate în România.

Pentru VOLTA X, astfel de relații sunt importante deoarece permit accesul direct la producător, o înțelegere mai bună a tehnologiei dincolo de fișa tehnică și posibilitatea de a construi soluții adaptate proiectului, nu doar de a selecta un produs existent dintr-un catalog.





De la producerea energiei la managementul inteligent al acesteia

Pe măsură ce sistemele fotovoltaice și soluțiile de stocare devin mai complexe, apare o altă întrebare esențială: cum este administrată energia după ce infrastructura a fost instalată?

De aici vine dezvoltarea serviciilor VOLTA X în zona de Energy Management Systems – EMS, audit și management energetic.

„Un sistem fotovoltaic produce energia local, iar sistemul de stocare permite păstrarea unei părți din energia disponibilă pentru a fi utilizată ulterior, în funcție de necesarul de consum și de strategia energetică a beneficiarului. EMS-ul are rolul de a colecta, monitoriza și analiza datele din sistem, oferind o imagine de ansamblu asupra producției, consumului și, după caz, a stocării, astfel încât energia disponibilă să poată fi gestionată mai eficient", explică Proprietarul VOLTA X.

EMS-ul are rolul de a colecta, monitoriza și analiza datele din sistem, oferind o imagine de ansamblu asupra producției, consumului și, după caz, a stocării

Prin corelarea datelor din diferitele puncte de producție și consum, beneficiarul poate înțelege mai bine unde, când și cum utilizează energia și poate identifica pierderi, dezechilibre sau oportunități de optimizare.

VOLTA X a continuat dezvoltarea platformei și a serviciilor EMS tocmai pentru a putea trece de la statutul de furnizor de infrastructură la cel de partener care sprijină beneficiarul și în exploatarea eficientă a acesteia.

Direcția este corelată cu dezvoltarea serviciilor de audit energetic, management energetic, monitorizare și mentenanță. În loc ca sistemul fotovoltaic, stocarea și eficiența energetică să fie tratate ca proiecte independente, acestea pot fi analizate împreună, pornind de la datele reale de consum ale companiei.

Noul sediu – aplicarea propriilor principii

Mutarea în noul sediu VOLTA X marchează o etapă importantă în dezvoltarea companiei și exprimă, într-o formă concretă, direcția promovată și în proiectele realizate pentru clienți: producție locală de energie, stocare, electrificarea consumurilor, eficiență energetică și control inteligent al resurselor.

Clădirea integrează un sistem fotovoltaic și un sistem de stocare dimensionate pentru a susține consumul propriu al sediului și pentru a asigura alimentarea de rezervă a întregii clădiri. Dincolo de rolul lor energetic, cele două sisteme sunt monitorizate permanent și funcționează ca parte a unui ecosistem mai larg, nu ca echipamente independente.

proiectare in constructii
CREATIV PROIECT SRL
www.creativproiect.ro

Piatra Neamt
Strada Paharnicului nr. 7
Tel/fax: 0040 740 302 724
E-mail: creativproiect@gmail.com

De peste 20 de ani, echipa CREATIV PROIECT transformă ideile în proiecte și proiectele în spații care dau formă activităților, experiențelor și poveștilor oamenilor.

Fondat în 2005, la Piatra Neamț, biroul nostru de arhitectură oferă servicii integrate de proiectare și coordonare a specialităților, dezvoltând proiecte diverse în toată țara: clădiri comerciale, sedii de companii, spații industriale și logistice, clădiri publice și locuințe.

Fiecare proiect începe cu înțelegerea oamenilor și a nevoilor lor. Credem într-o arhitectură care îmbină funcționalitatea, eficiența și identitatea, în soluții durabile, adaptate fiecărei investiții.

Sediul VOLTA X este un exemplu de reconversie arhitecturală reușită, prin care o clădire foarte veche a primit o nouă viață și o nouă identitate. Reabilitarea a transformat un spațiu marcat de trecerea timpului într-un sediu contemporan, adaptat unei companii dinamice, păstrând legătura dintre trecutul clădirii și viitorul său.

Colaborările construite în timp, încrederea partenerilor și diversitatea provocărilor ne-au definit parcursul.

Pentru noi, arhitectura înseamnă mai mult decât clădiri. Înseamnă relații, încredere și viitor construit împreună.

Climatizarea este realizată prin pompe de căldură și ventiloconvectoare pentru încălzire și răcire, conectate la un sistem inteligent care permite controlul individual al temperaturii în diferitele spații. Iluminatul inteligent și celelalte optimizări integrate urmăresc aceeași logică: confortul utilizatorilor trebuie obținut cu un consum cât mai bine controlat și adaptat utilizării reale a clădirii.

Mobilitatea electrică este, la rândul ei, integrată în funcționarea sediului. Infrastructura proprie permite încărcarea simultană în nouă puncte și deservește parcul auto electric al companiei, astfel încât energia produsă și gestionată local să susțină inclusiv deplasările echipei.

Sistemul fotovoltaic, stocarea și stațiile de încărcare sunt integrate în același ecosistem de monitorizare, iar performanța energetică a clădirii este urmărită prin aplicația de eficiență energetică dezvoltată de VOLTA X. Astfel, sediul devine și un mediu real în care compania poate utiliza, observa și îmbunătăți propriile soluții, pornind de la date de funcționare și de la comportamentul efectiv al consumurilor.

„Din această perspectivă, noul sediu nu este doar o clădire modernă, ci o expresie a modului în care înțelegem tranziția energetică: tehnologiile au valoare atunci când sunt bine integrate, atent monitorizate și adaptate nevoilor concrete ale utilizatorului. Faptul că aplicăm aceste principii în propriul spațiu de lucru susține, în mod firesc, strategia și misiunea companiei”, mai spune reprezentantul companiei.

Noul sediu devine un mediu real în care compania poate utiliza, observa și îmbunătăți propriile soluții, pornind de la date de funcționare și de la comportamentul efectiv al consumurilor

Investiția în oameni – dezvoltare tehnică, managerială și umană

Pentru VOLTA X, evoluția companiei nu poate fi separată de dezvoltarea oamenilor. Pe măsură ce proiectele devin mai complexe, profesionalismul înseamnă atât competență tehnică, cât și responsabilitate, capacitatea de a colabora și asumarea unui standard de lucru constant.

O primă direcție este cea tehnică. Domeniul energetic evoluează rapid, iar noile tehnologii, cerințele operatorilor de rețea, sistemele de stocare și complexitatea proiectelor impun actualizarea permanentă a competențelor. Din acest motiv, compania susține pregătirea profesională, obținerea și dezvoltarea autorizărilor ANRE și participarea specialiștilor la cursuri și programe relevante pentru activitatea lor.

În paralel, ultimul an a adus un accent mai mare asupra unei alte componente: modul în care oamenii lucrează împreună.

Au fost dezvoltate programe interne dedicate unor teme precum comunicarea și ascultarea activă, empatia, gestionarea stresului, valorile personale și organizaționale, colaborarea și coeziunea echipei. Accentul nu a fost pus doar pe dezvoltarea unor competențe punctuale, ci și pe o mai bună înțelegere a oamenilor din spatele rolurilor profesionale și a modului în care relațiile dintre ei influențează rezultatul final.

Compania investește în programe de management, leadership, time management și teamwork

„Importanța acestor teme este una foarte practică. Un proiect energetic complex nu este realizat de un singur departament. Într-un proiect pot fi implicate succesiv sau simultan echipe de vânzări, ofertare, proiectare, achiziții, project management, execuție, avizare, testare, monitorizare și mentenanță. Calitatea rezultatului final depinde, prin urmare, nu doar de cât de bine își cunoaște fiecare specialist meseria, ci și de capacitatea oamenilor de a se asculta, de a respecta contribuția celorlalți, de a comunica în momente de presiune și de a urmări împreună același obiectiv. Într-o organizație în care proiectul trece prin mai multe departamente, responsabilitatea pentru rezultat este una comună", detaliază dl. Velescu,

În aceeași logică, compania investește în programe de management, leadership, time management și teamwork, urmărind pregătirea oamenilor nu doar pentru responsabilitățile pe care le au astăzi, ci și pentru rolurile pe care le pot avea pe măsură ce organizația se dezvoltă.

AI și digitalizare – tehnologia trebuie să îi ajute pe oameni să lucreze mai bine

Dezvoltarea competențelor include tot mai mult și zona inteligenței artificiale.

În cadrul VOLTA X, procesul de învățare și familiarizare cu instrumentele AI este unul continuu. Echipele participă la cursuri și sesiuni de pregătire dedicate înțelegerii și utilizării acestor tehnologii, iar instrumentele bazate pe inteligență artificială sunt integrate gradual în diferite fluxuri de lucru și platforme, pe măsură ce sunt identificate aplicații utile și relevante.

Abordarea este una pragmatică: inteligența artificială nu este privită ca un substitut pentru specialist, ci ca un instrument care poate reduce timpul alocat activităților repetitive, poate accelera documentarea și analiza și le poate permite oamenilor să se concentreze mai mult asupra activităților care necesită experiență, judecată și decizie.

Într-o companie EPC, unde fiecare proiect generează volume importante de informații tehnice, comerciale, contractuale și administrative, capacitatea de a gestiona rapid și corect informația devine un avantaj important.

„Obiectivul urmărit este simplu: să lucrăm mai eficient pentru a putea livra mai mult, mai bine și la un nivel de calitate mai ridicat, păstrând verificarea și responsabilitatea deciziei la nivelul specialiștilor", adaugă Cătălin Veșeșcu.

Parteneriate și furnizori – aceleași standarde de calitate pe întregul lanț

Experiența ultimilor ani a confirmat pentru VOLTA X că nivelul de calitate al unui proiect nu este determinat exclusiv de echipa care îl proiectează și îl implementează. În spatele rezultatului final există un întreg ecosistem de producători, furnizori, subcontractori și prestatori de servicii.

Din acest motiv, atenția acordată selecției colaboratorilor nu se limitează la producătorii de panouri fotovoltaice, invertoare, baterii sau echipamente electrice.

Aceleași criterii sunt urmărite și în relația cu furnizorii de produse și servicii care susțin activitatea principală a companiei: echipamente și unelte de lucru, soluții software și tehnologice, servicii specializate, logistică, materiale auxiliare și celelalte resurse necesare desfășurării proiectelor și activității curente.

Principiul este același indiferent de dimensiunea achiziției: calitate, seriozitate, respect în colaborare, asumarea angajamentelor și disponibilitatea de a identifica soluții adaptate unei nevoi reale.

Așa cum VOLTA X nu își dorește să ofere clienților soluții standard atunci când proiectul necesită o abordare personalizată, compania apreciază la rândul său furnizorii și colaboratorii capabili să înțeleagă nevoia din spatele unei solicitări, să comunice transparent și să construiască o soluție potrivită, fără compromisuri care ar afecta calitatea pe termen lung.

Într-un proiect energetic, relația cu producătorul sau furnizorul nu se termină în momentul livrării echipamentului. Sistemele trebuie să funcționeze timp de mulți ani, ceea ce face importante suportul tehnic, disponibilitatea produselor, garanțiile, continuitatea și capacitatea de reacție.

Atenția acordată selecției colaboratorilor nu se limitează la producătorii de panouri fotovoltaice, invertoare, baterii sau echipamente electrice

Dar aceeași cultură a colaborării este importantă și în relațiile care susțin activitatea de zi cu zi a companiei. VOLTA X urmărește colaborări stabile, bazate pe încredere și respect reciproc, în care fiecare parte înțelege obiectivele celeilalte și poate contribui la găsirea unei soluții mai bune.

Compania apreciază în special relațiile care evoluează în timp și în care experiența acumulată împreună contribuie la dezvoltarea ambelor afaceri.

Aceeași filosofie se aplică relației cu beneficiarii. Finalizarea unei instalații nu este privită obligatoriu ca finalul colaborării. Monitorizarea, mentenanța, extinderea capacităților, integrarea stocării sau dezvoltarea altor soluții energetice pot transforma relația inițială într-un parteneriat de durată.

Implicarea în comunitate – mai aproape de locul în care compania s-a dezvoltat

Dezvoltarea VOLTA X a avut loc în Piatra-Neamț și în regiunea Nord-Est, iar compania urmărește să păstreze o legătură reală cu comunitatea locală. Responsabilitatea față de mediu și comunitate este privită ca parte a modului de lucru al companiei, nu ca o acțiune separată de activitatea de zi cu zi.

Implicarea poate lua forme diferite, de la susținerea prin sponsorizări a unor proiecte și inițiative locale până la participarea la acțiuni care facilitează dialogul dintre mediul de afaceri, administrația publică și organizațiile regionale.

Un exemplu este vizita organizată la VOLTA X împreună cu Agenția pentru Dezvoltare Regională Nord-Est, în cadrul căreia o delegație de aproximativ 40 de primari din Republica Moldova a avut ocazia să cunoască activitatea companiei și să discute despre soluții energetice, proiecte și experiența acumulată în implementarea investițiilor din România.

Pentru companie, asemenea întâlniri sunt valoroase nu prin componenta lor protocolară, ci prin schimbul de experiență și prin posibilitatea de a contribui la o mai bună înțelegere a soluțiilor de energie regenerabilă și a modului în care acestea pot fi integrate în proiectele comunităților.

Această direcție completează implicarea prin sponsorizări și susținerea unor inițiative locale, pe care VOLTA X dorește să o păstreze pe măsură ce compania continuă să crească.

Responsabilitatea față de mediu și comunitate este privită ca parte a modului de lucru al companiei

Următoarea etapă: nu doar mai multă energie, ci energie mai bine administrată

Direcția de dezvoltare pentru următorii ani continuă firesc experiența acumulată până acum.

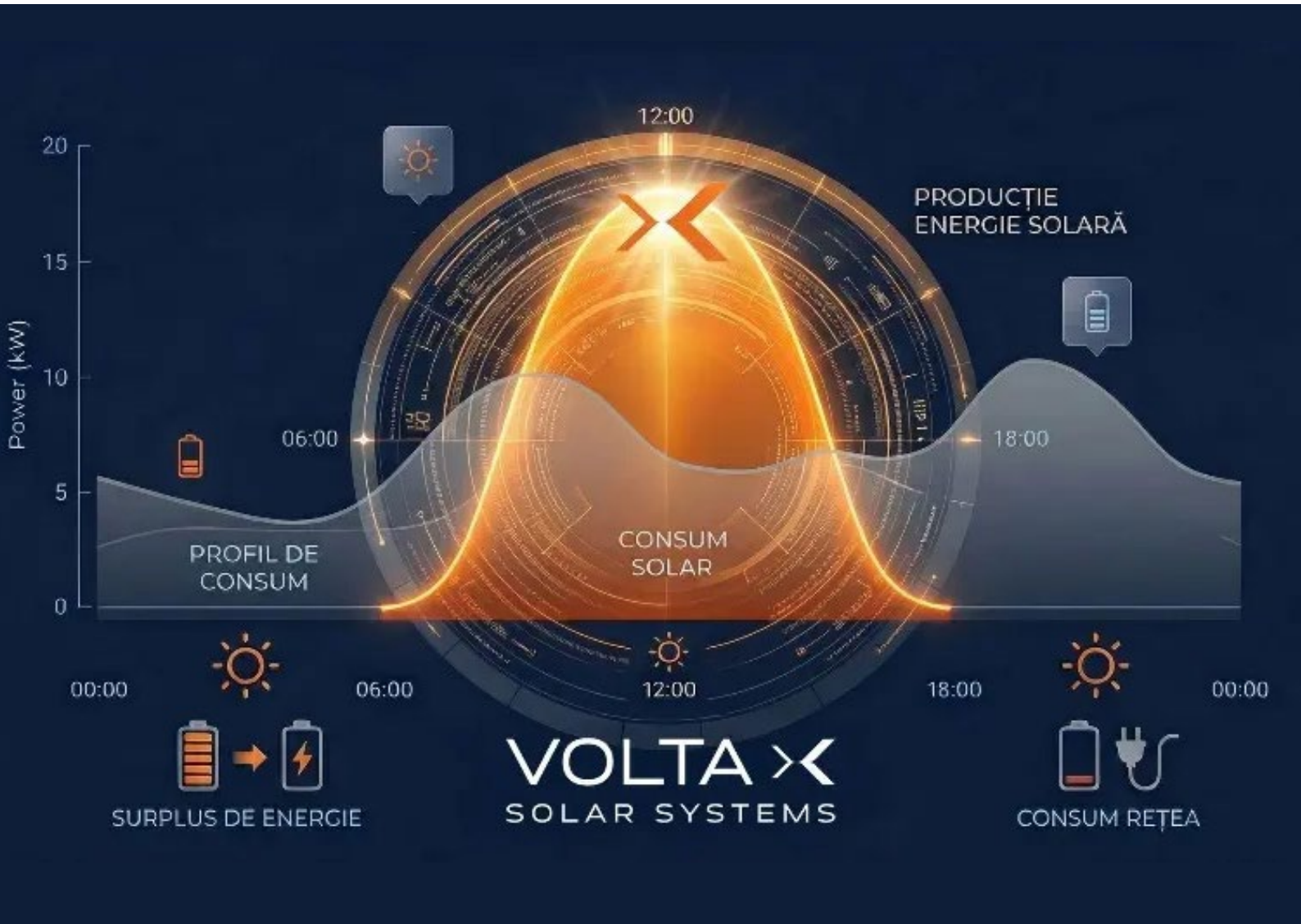
Sistemele fotovoltaice rămân una dintre competențele centrale ale VOLTA X, însă piața evoluează către soluții în care simpla producere a energiei nu mai este suficientă.

Un proiect performant trebuie să răspundă unor întrebări mai complexe: de câtă energie are nevoie compania, când o consumă, cât poate produce local, cât poate stoca, unde există pierderi, ce consumuri pot fi optimizate și cum poate fi administrat întregul sistem pe termen lung.

Din această perspectivă, sistemele fotovoltaice, stocarea, eficiența energetică, EMS-ul, infrastructura pentru mobilitate electrică și serviciile de operare și mentenanță nu mai sunt privite ca linii de business complet separate.

Ele sunt instrumente diferite care pot fi combinate pentru a răspunde aceleiași întrebări: care este soluția energetică potrivită pentru acest beneficiar?

„Pentru noi, următoarea etapă de creștere înseamnă tocmai consolidarea acestei capacități: nu neapărat mai mulți kWp instalați cu orice preț, ci proiecte mai bine gândite, mai bine integrate și adaptate cât mai precis nevoilor reale ale fiecărui client. Creșterea trebuie să păstreze același standard de calitate, responsabilitate și respect pentru client, echipă, parteneri și comunitate”, concluzionează dl. Cătălin Velescu, CEO și Proprietar VOLTA X SOLAR SYSTEMS.

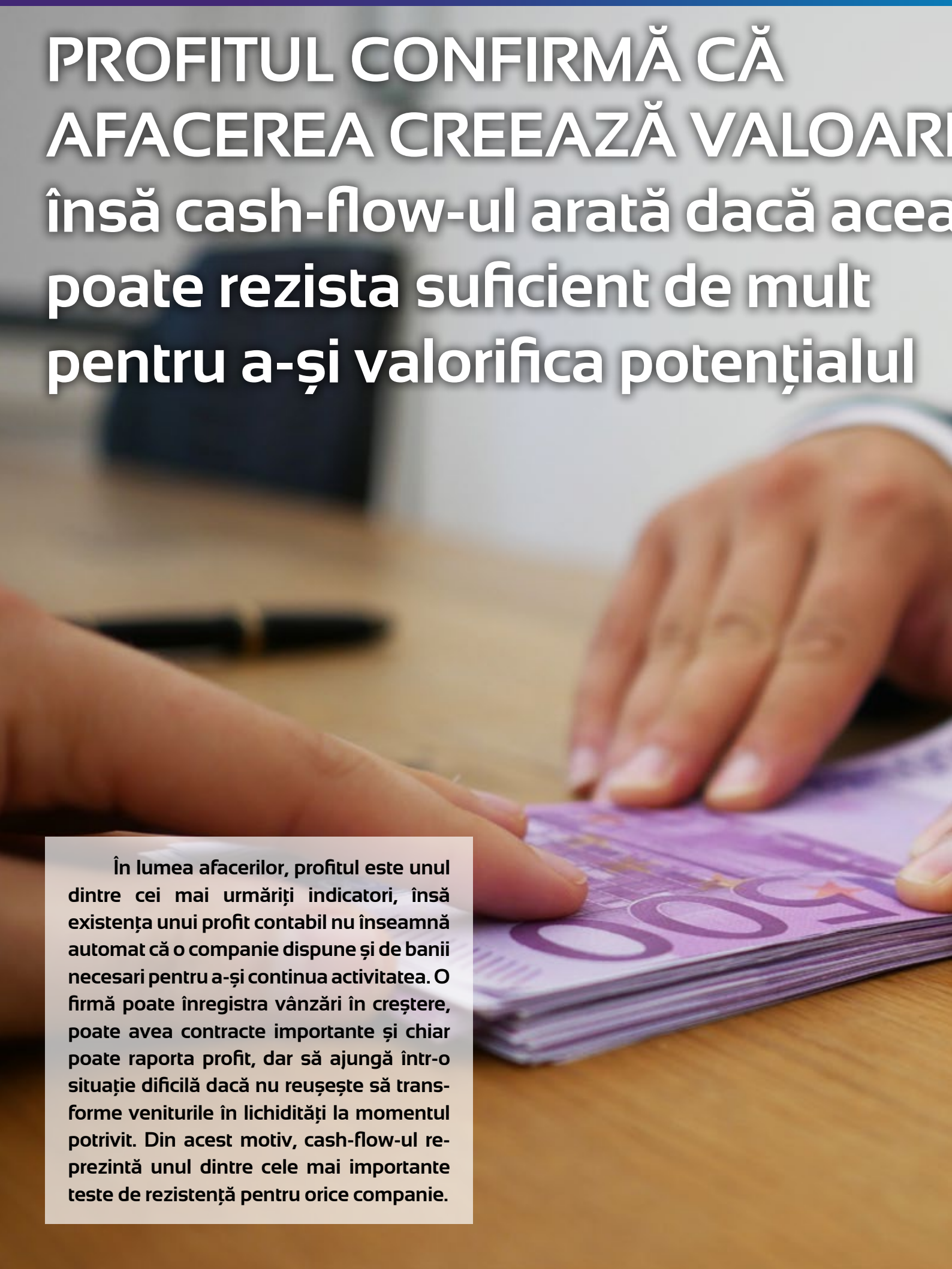


TESTUL DE RE

FINANȚE

CASH-FLOW-UL,
ZISTENȚĂ AL UNEI COMPANII

PROFITUL CONFIRMĂ CĂ AFACEREA CREEAZĂ VALOARE, însă cash-flow-ul arată dacă aceasta poate rezista suficient de mult pentru a-și valorifica potențialul



În lumea afacerilor, profitul este unul dintre cei mai urmăriți indicatori, însă existența unui profit contabil nu înseamnă automat că o companie dispune și de banii necesari pentru a-și continua activitatea. O firmă poate înregistra vânzări în creștere, poate avea contracte importante și chiar poate raporta profit, dar să ajungă într-o situație dificilă dacă nu reușește să transforme veniturile în lichidități la momentul potrivit. Din acest motiv, cash-flow-ul reprezintă unul dintre cele mai importante teste de rezistență pentru orice companie.

E,
nsta

Cash-flow-ul este un indicator al sănătății reale a afacerii

Profitul nu înseamnă întotdeauna bani în cont

Una dintre cele mai importante diferențe pe care trebuie să le înțeleagă un antreprenor este cea dintre profit și cash-flow. O companie poate emite facturi în valoare de sute de mii de lei și poate contabiliza veniturile aferente, însă dacă beneficiarii achită facturile după 60, 90 sau chiar 120 de zile, banii nu sunt disponibili imediat.

În același timp, compania trebuie să își plătească angajații, furnizorii, chiria, taxele, creditele și celelalte obligații. Apare astfel o diferență între momentul în care venitul este recunoscut contabil și momentul în care banii ajung efectiv în contul companiei.

Această diferență poate deveni critică. O firmă profitabilă pe hârtie poate ajunge să nu își poată achita obligațiile curente dacă încasările sunt prea lente în raport cu plățile. De aceea, managementul financiar trebuie să urmărească nu doar cât vinde compania și cât profit generează, ci și când încasează și când plătește.

Cash-flow-ul devine astfel un indicator al sănătății reale a afacerii. Profitul arată dacă modelul de business poate genera valoare, în timp ce fluxul de numerar arată dacă firma poate funcționa fără să rămână fără resurse financiare.

Lichiditatea este esențială în perioade dificile

Importanța lichidității crește atunci când mediul economic devine mai volatil. Inflația, dobânzile ridicate, schimbările legislative, scăderea cererii sau creșterea costurilor pot afecta simultan veniturile și cheltuielile unei companii.

Într-o astfel de perioadă, rezervele de cash pot face diferența dintre o companie care traversează o perioadă dificilă și una care este obligată să reducă drastic activitatea. Lichiditatea oferă timp și flexibilitate. Permite companiei să își respecte obligațiile, să negocieze mai calm cu furnizorii, să profite de oportunități și să facă investiții atunci când apar.

O companie fără lichidități suficiente este mult mai vulnerabilă la evenimente neprevăzute. O întârziere importantă la plată din partea unui client, o creștere bruscă a costului materiilor prime sau o reparație neplanificată pot genera imediat probleme.

Numerarul disponibil trebuie privit nu ca o resursă care trebuie consumată cât mai repede, ci ca o formă de protecție financiară

Gestionarea încasărilor

Una dintre cele mai eficiente modalități de îmbunătățire a cash-flow-ului este accelerarea încasărilor. Procesul începe însă înainte ca factura să fie emisă. Alegerea clienților, condițiile contractuale și stabilirea termenelor de plată au un impact direct asupra lichidității.

O companie care acceptă sistematic termene foarte lungi pentru clienți poate ajunge să finanțeze, practic, activitatea acestora. Situația devine problematică mai ales atunci când firma trebuie să își achite furnizorii într-un interval mult mai scurt decât cel în care își recuperează banii de la clienți.

Negocierea unor termene echilibrate este, prin urmare, o componentă importantă a managementului financiar. Nu este întotdeauna posibilă impunerea unor condiții ideale, mai ales în relația cu clienți mari, însă compania poate analiza rentabilitatea reală a fiecărui contract în raport cu costul finanțării capitalului de lucru.

Facturarea rapidă și corectă este la fel de importantă. Întârzierile administrative, erorile din facturi sau lipsa documentelor necesare pot amâna încasarea unor sume care, din punct de vedere economic, aparțin deja companiei.

Creanțele comerciale reprezintă una dintre principalele surse de presiune asupra cash-flow-ului

Controlul creanțelor

Creanțele comerciale reprezintă una dintre principalele surse de presiune asupra cash-flow-ului. Atunci când valoarea facturilor neachitate crește constant, compania trebuie să se întrebe dacă ritmul de creștere a vânzărilor nu ascunde, de fapt, o deteriorare a disciplinei de plată a clienților.

Monitorizarea creanțelor trebuie să fie un proces permanent. Managementul trebuie să știe cât are de încasat, de la cine, de când sunt scadente facturile și care este probabilitatea ca acestea să fie achitate la timp.

O relație comercială bună nu exclude disciplina financiară. Dimpotrivă, stabilirea unor proceduri clare pentru urmărirea facturilor poate contribui la menținerea unor relații sănătoase cu partenerii. Contactarea clientului înainte de scadență, confirmarea documentelor și discutarea din timp a eventualelor întârzieri pot preveni situațiile în care o factură rămâne neachitată săptămâni sau luni.

Pentru companiile cu un număr mare de clienți, automatizarea procesului de colectare poate reduce semnificativ timpul consumat de echipele financiare și poate oferi managementului o imagine mai clară asupra situației încasărilor.

Stocurile pot bloca bani

O altă zonă importantă pentru cash-flow este gestionarea stocurilor. Stocurile reprezintă resurse financiare care au fost deja cheltuite, dar care nu au fost încă transformate în venituri prin vânzare.

Un nivel prea ridicat al stocurilor poate însemna capital blocat pentru perioade lungi. În anumite industrii, stocurile sunt necesare pentru continuitatea producției sau pentru satisfacerea rapidă a cererii, însă acumularea excesivă poate afecta lichiditatea.

Digitalizarea poate ajuta companiile să urmărească mai precis ritmul vânzărilor și necesarul de aprovizionare.

Managementul trebuie să găsească un echilibru între siguranța aprovizionării și costul capitalului blocat în stocuri

Previziuni

Gestionarea lichidității nu ar trebui să înceapă atunci când compania constată că nu mai are suficienți bani. Cash-flow-ul trebuie anticipat. O prognoză de numerar poate arăta din timp perioadele în care compania riscă să aibă un deficit și permite managementului să ia măsuri înainte ca problema să devină urgentă.

Prognoza trebuie actualizată permanent, deoarece veniturile și cheltuielile reale pot fi diferite de estimările inițiale. Un client poate întârzia plata, o comandă poate fi amânată, iar o cheltuială neprevăzută poate modifica rapid situația.

Pentru companiile mici, chiar și o prognoză simplă, actualizată săptămânal sau lunar, poate oferi informații extrem de valoroase.

Important este ca previziunea să nu fie tratată ca un document static. Ea trebuie să fie un instrument de management, utilizat pentru luarea deciziilor

Rezervele de lichiditate, o plasă de siguranță

Oricât de bine ar fi gestionată activitatea, nicio companie nu poate elimina complet riscurile. De aceea, construirea unei rezerve de lichiditate este una dintre cele mai importante măsuri de protecție financiară.

Dimensiunea acestei rezerve depinde de industrie, dimensiunea companiei, volatilitatea veniturilor și structura costurilor. Rezerva de cash poate acoperi perioadele în care încasările scad sau anumite costuri cresc. În plus, oferă companiei posibilitatea de a reacționa rapid atunci când apare o oportunitate de investiție.

Rezerva de cash poate acoperi perioadele în care încasările scad sau anumite costuri cresc

Testul real al rezilienței

O afacere sănătoasă nu este definită doar de cât vinde sau de profitul pe care îl raportează. Reziliența sa se vede în capacitatea de a transforma activitatea economică în lichidități suficiente pentru plata obligațiilor, pentru investiții și pentru gestionarea situațiilor neprevăzute.

Cash-flow-ul este, din acest punct de vedere, unul dintre cele mai clare teste ale rezistenței unei companii. Atunci când fluxurile de numerar sunt urmărite atent, încasările sunt gestionate riguros, stocurile sunt ținute sub control, iar plățile și finanțarea sunt planificate, compania își construiește o poziție financiară mai solidă.

Prin urmare, într-o economie în care schimbările pot apărea rapid, lichiditatea oferă exact ceea ce orice companie are nevoie pentru a trece prin perioade dificile: timp. Iar timpul permite managementului să reacționeze, să ajusteze strategia și să transforme o problemă potențială într-o oportunitate de consolidare. Profitul poate confirma că afacerea creează valoare, însă cash-flow-ul arată dacă aceasta poate rezista suficient de mult pentru a-și valorifica potențialul.

PR
I
SĂNĂTATE

GRAL MEDICAL
RIORITIZEAZĂ DEZVOLTAREA
NFRASTRUCTURII MEDICALE

COMPANIA ÎȘI PROPUNE SĂ INTRE ÎNTR-O NOUĂ ETAPĂ DE DEZVOLTARE, prin extinderea rețelei cu patru spitale noi, dintre care trei vor avea profil oncologic

Gral Medical, una dintre cele mai importante companii de servicii medicale private din România, este în prezent lider pe segmentul oncologic și al analizelor de laborator din Capitală, cele mai importante două companii din grupul Gral fiind Gral Medical și Medical Center Gral.

Compania continuă procesul de dezvoltare atât pe verticală, cât și pe orizontală, reușind să își majoreze veniturile cu 25% în 2025, până la 100 de milioane de euro. Evoluția pozitivă este cu atât mai importantă cu cât rezultatele vin după trei ani consecutivi în care business-ul a înregistrat creșteri anuale de două cifre.

În prezent, compania oferă servicii medicale de diagnostic și tratament în 15 județe din țară, unde operează peste 82 de centre medicale autorizate sub brandul Gral Medical, cu o structură de 234 de paturi, atât în regim de spitalizare de zi, cât și de lungă durată.

Spitalele din provincie, OncoFort Pitești, OncoFort Craiova și OncoFort Ploiești, s-au situat peste media de creștere a companiei

Segmentul oncologic a cunoscut cea mai mare creștere

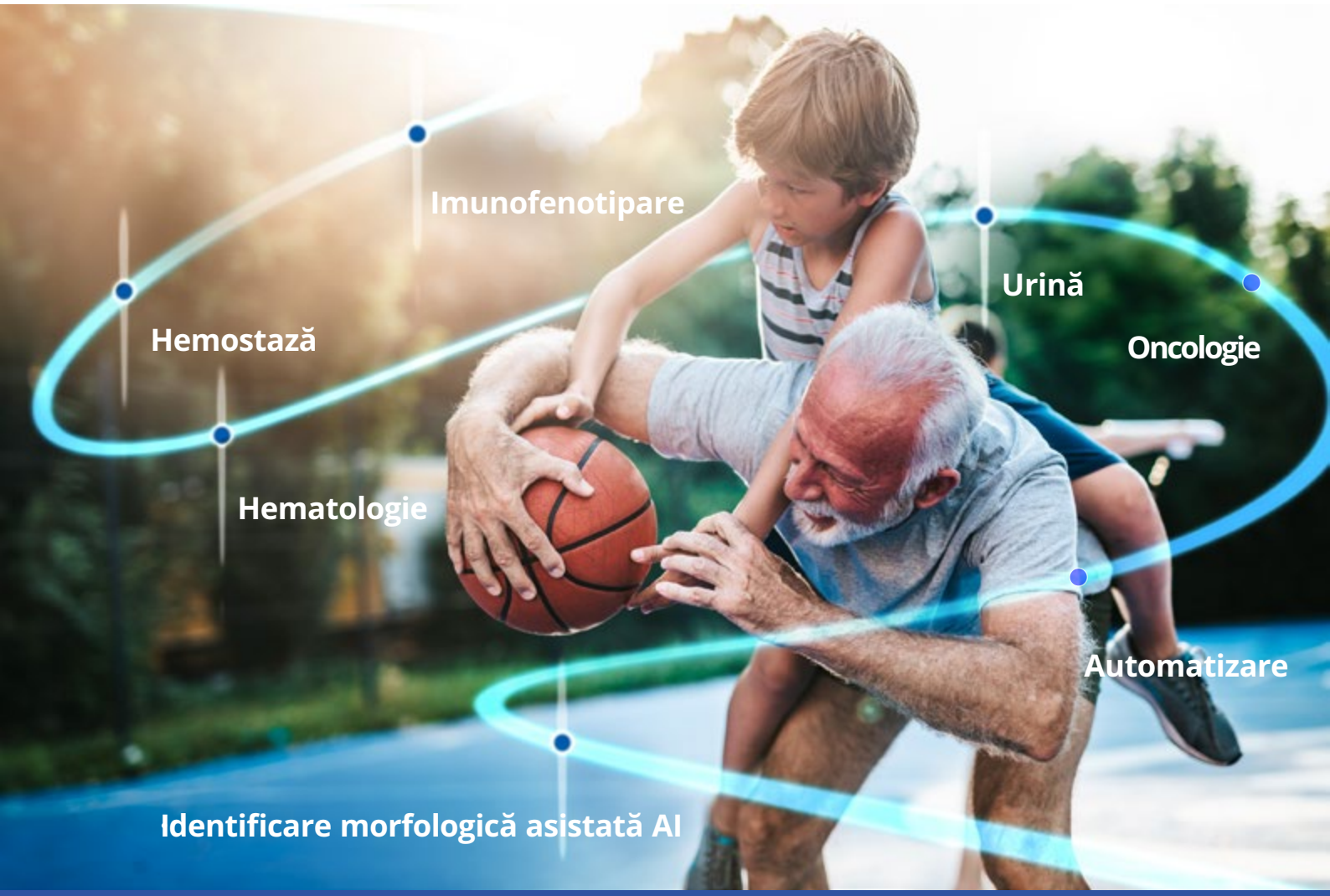
Cele mai importante creșteri au fost înregistrate pe segmentul oncologic, spitalele sub brandul OncoFort raportând un avans de peste 30%, în timp ce serviciile de ambulatoriu și paraclinic au înregistrat o creștere de 17%. Peste media companiei s-au situat și spitalele din provincie, OncoFort Pitești, OncoFort Craiova și OncoFort Ploiești, care s-au impus rapid ca repere în tratamentul oncologic regional.

„În următorii ani, îmi doresc să bifez 10 spitale oncologice la nivel național, concomitent cu deschiderea de centre de diagnostic în mai multe orașe din țară. Pentru anul 2026 o să finalizăm 2 spitale, până în august spitalul oncologic din Piatra Neamț, iar în toamnă o să terminăm extinderea spitalului OncoFort Caloian din București ce va însuma 62 de paturi în regim de spitalizare de lungă durată”, ne-a declarat dl. Robert Șerban, acționar Gral Medical.

TOP DIAGNOSTICS

sysmex

Soluții de diagnostic inteligent conectate prin inovație și dedicare



Outstanding technology. Outstanding experiences

021.310.0774 • marketing@topdiag.com

topdiag.com

Cele mai importante proiecte de investiții aflate în derulare sunt spitalul OncoFort din Piatra Neamț și spitalul Caloian din București

O infrastructură medicală adecvată

Dezvoltarea infrastructurii medicale reprezintă în continuare una dintre principalele direcții strategice ale companiei. Pentru 2026, Gral Medical își propune să intre într-o nouă etapă de dezvoltare, prin extinderea rețelei cu patru spitale noi, dintre care trei vor avea profil oncologic.

Strategia actuală readuce compania într-un moment similar celui din 2010, când Gral Medical punea bazele unuia dintre cele mai importante proiecte oncologice din România. Compania a fost unul dintre deschizătorii de drumuri în zona de radioterapie și second opinion, iar după 16 ani își propune să răspundă unei alte nevoi importante din sistemul medical: accesul la servicii de diagnostic fără liste de așteptare.

Pentru atingerea acestui obiectiv este necesară o infrastructură medicală adecvată, iar compania își concentrează în prezent resursele pe dezvoltarea unor noi unități spitalicești.

În acest moment, cele mai importante proiecte de investiții aflate în derulare sunt spitalul OncoFort din Piatra Neamț și spitalul Caloian din București, ambele aflate într-un stadiu de realizare de aproximativ 80%. Cele două proiecte presupun o investiție totală de 18 milioane de euro, reprezentând principalul buget de investiții al companiei pentru anul 2026.

Tot în 2026, în cadrul comisiei de dezvoltare, sunt aprobate planurile finale pentru încă două spitale, care vor presupune un buget multianual de 13,5 milioane de euro. După finalizarea investițiilor planificate, compania Gral Medical va ajunge la o structură de 306 paturi de spitalizare.

„Din experiența anterioară, am învățat un lucru important, să dăm o atenție mai mare proiectelor viitoare, de aceea unim la un loc strategia companiei, research-ul, bugetele,

autorizațiile, proiectarea spitalului și nu în ultimul rând echipa. Fără niște directori executivi foarte buni care să dea viață fiecărui proiect, nu se poate face nimic. De aceea, pentru următoarele 2 spitale avem deja definitivate proiectele, imediat după autorizații vor intra în implementare rapid și fără amânări”, mai spune dl. Robert Șerban.

POPP & ASOCIATII
MANAGEMENT

- Construction Management
- Design Management
- Cost Management
- Technical Due Diligence
- Dirigenție de șantier
- Rapoarte tehnice
- Servicii SSM
- Certificări clădiri verzi

SOLUȚII PENTRU SUCCESUL PROIECTELOR

+4021-317-88-30 Calea Griviței nr. 136, corp B, parter, București office-ppm@p-a.ro

Piața serviciilor medicale va avea nevoie de un nivel ridicat de inovație și adaptabilitate

Investiții gândite pe termen lung

În paralel cu planurile de extindere, compania se pregătește pentru un context economic pe care îl consideră dificil. Instabilitatea politică are efecte directe asupra fiscalității și legislației, ceea ce poate genera întârzieri în implementarea proiectelor noi aflate în derulare.

Pentru anul 2026, compania și-a bugetat o cifră de afaceri de 110 milioane de euro, iar rezultatele din primul trimestru indică o creștere de 15%, ceea ce creează premisele pentru depășirea țintelor propuse.

În perspectiva următorilor doi ani, managementul Gral Medical este de părere că piața serviciilor medicale va avea nevoie de un nivel ridicat de inovație și adaptabilitate pentru a traversa contextul provocator actual. În consecință, investițiile în sănătate trebuie gândite cu un orizont de timp extins, astfel încât infrastructura construită în prezent să poată răspunde nevoilor pe termen lung.

Pentru Gral Medical, principalele provocări ale anului 2026 sunt, astfel, legate de dezvoltarea infrastructurii, implementarea rapidă a proiectelor și adaptarea la evoluția mediului economic și legislativ. Extinderea rețelei de spitale și dezvoltarea serviciilor de diagnostic fac parte din strategia companiei de a răspunde unor nevoi medicale tot mai mari și de a consolida poziția pe piața serviciilor medicale private.

ONCOFORT
ONCOFORT

LOGISTICĂ

AC
LOGISTICII

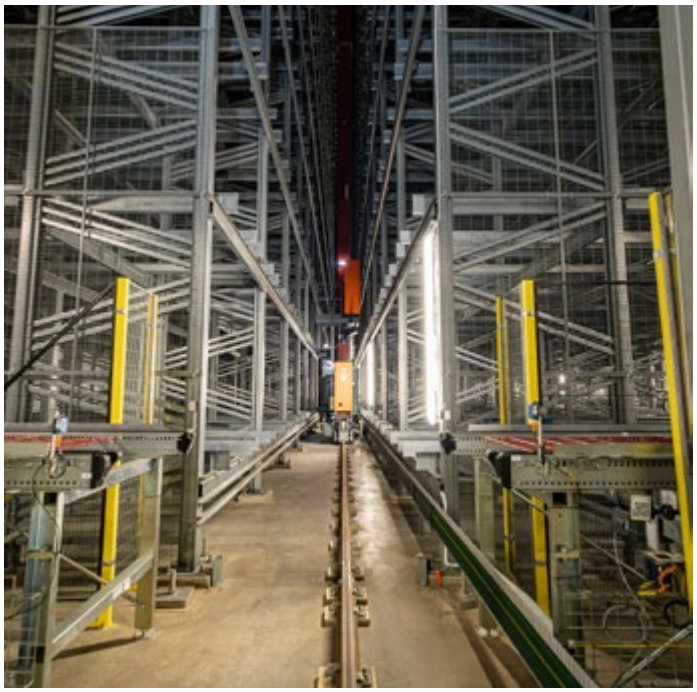
NEWCOLD
CCELEREAZĂ DEZVOLTAREA
FRIGORIFICE AUTOMATIZATE

PROIECTUL DE LA ȘTEFĂNEȘTII DE SUS REPREZINTĂ UN PAS IMPORTANT

în angajamentul pe termen lung al companiei față de România și regiunea Europei Centrale și de Sud-Est

NewCold, unul dintre furnizorii cu cea mai rapidă creștere din zona logisticii cu temperatură controlată, și-a construit în ultimul deceniu o poziție importantă pe piața globală prin redefinirea modului în care poate funcționa logistica frigorifică. Compania a evoluat de la statutul de operator de depozite la cel de furnizor integrat de soluții pentru lanțul frigorific, combinând automatizarea avansată, serviciile de transport și tehnologia proprie într-o platformă unică.

NEWCOLD



În prezent, NewCold operează una dintre cele mai mari rețele de depozite frigorifice înalt automatizate din lume, cu operațiuni în Europa, America de Nord și Australia. Dezvoltarea companiei a fost susținută de parteneriate pe termen lung cu producători de alimente de top, investiții continue în inovare și un accent clar pus pe sustenabilitate și excelență operațională.

Marian Predoi,
Country Manager NEWCOLD

„Evoluția noastră se bazează pe trei piloni principali: automatizare, digitalizare și soluții de supply chain orientate către client. Prin integrarea acestor elemente, îi ajutăm pe clienți să crească eficiența, să îmbunătățească calitatea produselor și să construiască lanțuri de aprovizionare mai reziliente", ne-a declarat dl. Marian Predoi, Country Manager NEWCOLD.

NewCold operează una dintre cele mai mari rețele de depozite frigorifice înalt automatizate din lume, cu operațiuni în Europa, America de Nord și Australia

Un model integrat pentru un lanț frigorific mai eficient

Într-un context în care industria alimentară caută tot mai mult parteneri logistici capabili să simplifice operațiunile, oferind în același timp fiabilitate și transparență, modelul integrat propus de NewCold răspunde acestor cerințe prin reunirea mai multor servicii într-o singură soluție.

Clienții pot beneficia de un singur furnizor pentru gestionarea depozitării, transportului, vizibilității stocurilor și fluxurilor de date din întregul lanț logistic. O astfel de abordare reduce complexitatea operațională, îmbunătățește comunicarea și permite luarea mai rapidă a deciziilor.

Depozitele, rețeaua de transport și platformele software sunt proiectate să funcționeze împreună, ceea ce permite optimizarea fluxurilor de produse, reducerea manipulărilor, creșterea acurateței stocurilor și scurtarea timpilor de livrare. Rezultatul este un lanț frigorific mai eficient, mai rezilient și mai rentabil pentru clienții din industria alimentară.

blue PROJECTS

De la viziune
la realitate.

Blue Projectss este o companie internațională de inginerie și management de proiect. Susținem investițiile industriale, de la concept până la punerea în funcțiune.

01 **Proiectare & inginerie**
Arhitectură, structuri și instalații

02 **Project Management**
Planificare și coordonare integrată

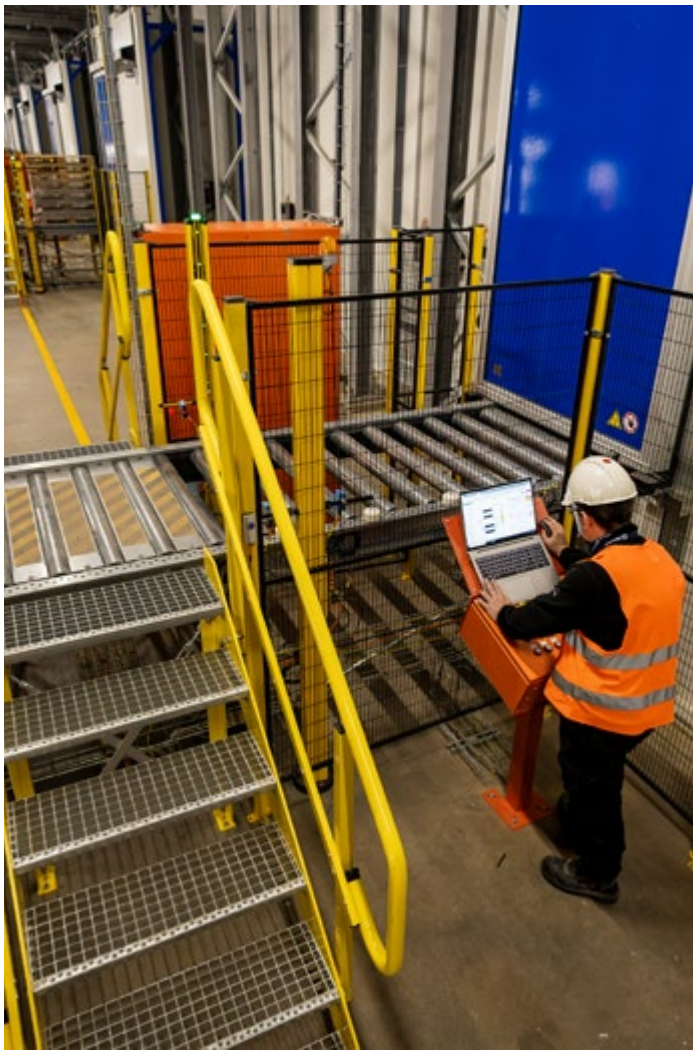
03 **Construction Management**
Coordonarea execuției în șantier

04 **Cost & Commercial Management**
Bugete, achiziții și contracte

05 **Health & Safety**
Managementul siguranței în șantier

06 **BIM & Scan-to-BIM**
Modelare și coordonare digitală

Proiecte noi. Extinderi. Modernizări. | **blueprojects.com**



Servicii mai fiabile și vizibilitate mai bună

Automatizarea reprezintă una dintre componentele centrale ale operațiunilor NewCold și schimbă fundamental modul în care funcționează depozitele frigorifice. Sistemele automate de stocare și recuperare permit mișcarea produselor cu un nivel ridicat de precizie și consistență, 24 de ore din 24.

Impactul se reflectă în productivitate mai ridicată, acuratețe îmbunătățită a stocurilor, reducerea riscurilor operaționale și un consum mai redus de energie. În același timp, automatizarea contribuie la menținerea unei calități constante a produselor, prin reducerea expunerii la variații de temperatură și diminuarea riscului de eroare umană.

„Pentru clienți, aceste avantaje se traduc prin servicii mai fiabile, vizibilitate mai bună, timpi de răspuns mai rapizi și un lanț logistic capabil să se extindă eficient pe măsură ce crește cererea", explică dl. Predoi.

Sistemele automate de stocare și recuperare permit mișcarea produselor cu un nivel ridicat de precizie și consistență, 24 de ore din 24

Combinația dintre automatizarea fizică și transparența digitală reprezintă unul dintre avantajele competitive importante ale companiei

Trasabilitatea și siguranța alimentară, esențiale

Într-un lanț frigorific, trasabilitatea și siguranța alimentară sunt esențiale, iar NewCold pune aceste elemente în centrul operațiunilor sale. Facilitățile companiei integrează sisteme avansate de management al depozitelor, tehnologii de monitorizare în timp real și procese automatizate care urmăresc fiecare palet, de la recepție până la livrare.

Prin această abordare este creat un istoric digital complet al produsului pe întregul său traseu. Clienții au acces la informații aproape în timp real despre stocuri, în timp ce echipele NewCold monitorizează permanent indicatorii de performanță, condițiile de temperatură și mișcările produselor.

Combinația dintre automatizarea fizică și transparența digitală reprezintă astfel unul dintre avantajele competitive importante ale companiei și contribuie la un control mai riguros al produselor pe întregul lanț logistic.

WINCON DESIGN BUILD COMPANY

Str. G-ral Ion Dragalina nr. 93,
Cluj-Napoca, 400024, Romania
T: +40 364 804 288
F: +40 364 816 745
E: office@wincon.ro

WINCON – Experiență, tehnologie și o nouă perspectivă asupra construcțiilor industriale

Într-o industrie în care cerințele tehnice devin tot mai complexe, construcțiile moderne presupun mai mult decât capacitatea de execuție. Ele cer viziune inginerească, precizie, adaptabilitate și înțelegerea profundă a proceselor industriale cărora le sunt destinate. Această abordare definește activitatea WINCON.

Prin integrarea proiectării, ingineriei și execuției, compania dezvoltă soluții constructive adaptate cerințelor fiecărei investiții. Un rol important îl au tehnologiile avansate de construcție: sistemele Tilt-Up, structurile prefabricate din beton armat și precomprimat și construcțiile metalice pre-proiectate. Aceste metode permit industrializarea procesului constructiv, reducerea lucrărilor executate pe șantier, un control mai riguros al calității și optimizarea termenelor de realizare.

Pentru WINCON, sustenabilitatea începe încă din etapa de proiectare. Alegerea sistemelor constructive, utilizarea rațională a materialelor, limitarea pierderilor și atenția acordată performanței energetice contribuie la dezvoltarea unor clădiri eficiente, concepute pentru o durată lungă de exploatare.

Experiența companiei se reflectă în colaborarea cu New Cold, lider internațional în logistica frigorifică automatizată. WINCON a realizat prima etapă a investiției din România și este implicată în proiectarea si construcția celei de-a doua, demonstrând capacitatea de a răspunde unor exigențe tehnice și operaționale deosebite.

Dincolo de tehnologii și de complexitatea proiectelor, WINCON cultivă parteneriate bazate pe competență, responsabilitate și încredere. Fiecare construcție este privită ca o investiție în performanța și dezvoltarea pe termen lung a clientului.

WINCON – Engineering solutions. Building confidence.

Reziliența lanțului de aprovizionare, o prioritate majoră

Pe măsură ce provocările producătorilor de alimente au devenit mai complexe, și cerințele acestora față de partenerii logistici s-au schimbat. Clienții solicită în prezent mai multă flexibilitate, timpi de reacție mai rapizi și un nivel mai ridicat de vizibilitate asupra operațiunilor.

În același timp, aceștia caută parteneri logistici care să îi ajute să gestioneze incertitudinile generate de fluctuațiile cererii, lipsa forței de muncă, problemele de transport sau perturbările geopolitice. În acest context, reziliența lanțului de aprovizionare a devenit o prioritate majoră.

Sustenabilitatea ocupă, la rândul său, un loc tot mai important în deciziile companiilor din industria alimentară. Acestea caută soluții logistice care să contribuie la reducerea consumului de energie, a emisiilor și, în general, a impactului asupra mediului.

Investiția de la Ștefăneștii de Sus, un proiect strategic pentru România

Răspunsul companiei la cerințele pieței este reprezentat de investiția NewCold de la Ștefăneștii de Sus, proiect care reprezintă un pas important în angajamentul pe termen lung al companiei față de România și regiunea Europei Centrale și de Sud-Est.

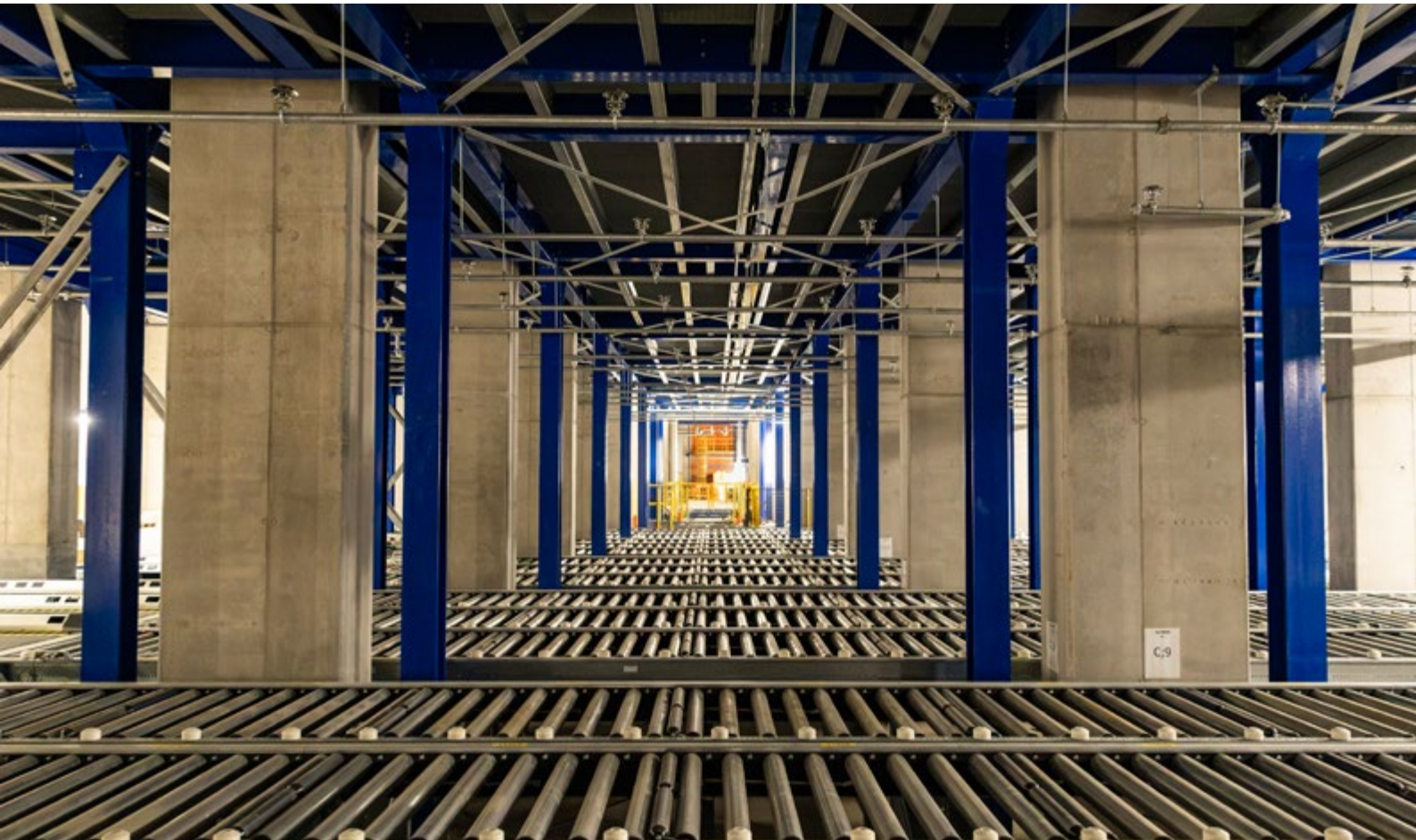
Dezvoltarea a evoluat deja de la faza de investiție greenfield la un hub logistic operațional. În prezent, NewCold operează cu succes un depozit existent cu 6.400 de poziții de paleți și continuă pregătirile pentru următoarea etapă a proiectului.

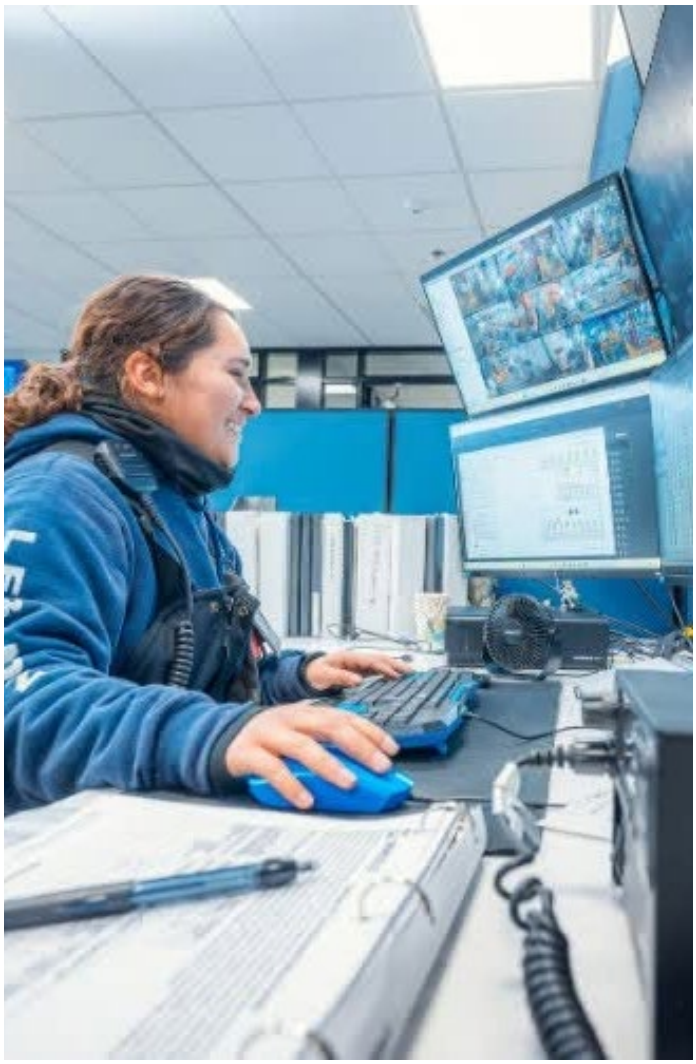
„Elementul central al proiectului este un depozit frigorific automatizat de mare înălțime, cu aproximativ 70.000 de poziții paleți, construit pe baza tehnologiei proprii de automatizare și a sistemelor digitale NewCold. Facilitatea este în curs de dezvoltare, iar lansarea este planificată pentru începutul anului 2027. După finalizare, va deveni una dintre cele mai avansate facilități frigorifice din România”, detaliază reprezentantul companiei.

Facilitatea este în curs de dezvoltare, iar lansarea este planificată pentru începutul anului 2027

Noua infrastructură este menită să aducă pe piața locală un nivel de tehnologie, eficiență operațională și vizibilitate care nu a fost disponibil în mod tradițional la o asemenea scară.

Pentru clienți, facilitatea va oferi densitate mare de stocare, acuratețe ridicată a inventarului, manipulare rapidă și niveluri ridicate de servicii. În plus, capacitatea de scalare a noului depozit va contribui la modernizarea infrastructurii logistice și la dezvoltarea lanțului de frig din România.





Sustenabilitatea, strâns legată de eficiența operațională

Pentru NewCold, eficiența operațională și sustenabilitatea sunt strâns legate. Depozitele companiei sunt proiectate pe conceptul high-bay, care permite maximizarea densității de stocare și minimizarea volumului care trebuie refrigerat.

La acestea se adaugă utilizarea unor izolații avansate, a construcțiilor etanșe, a sistemelor frigorifice eficiente energetic, a controalelor inteligente și a tehnologiilor digitale de monitorizare.

„În plus, folosim sisteme de management energetic bazate pe date, care analizează continuu performanța operațională și identifică oportunități de optimizare. Monitorizăm indicatori precum consumul de energie per palet, eficiența facilității, performanța echipamentelor și amprenta de carbon", mai spune Managerul Național.

Obiectivele NewCold pentru următorii ani

Privind spre următorii ani, NewCold își propune să continue să susțină dezvoltarea industriei alimentare prin inovare, automatizare și logistică sustenabilă.

În România, obiectivul imediat este finalizarea și operaționalizarea cu succes a facilității automatizate din București, concomitent cu consolidarea parteneriatelor cu producători, retaileri și distribuitori din industria alimentară.

În paralel, compania își va dezvolta în continuare capabilitățile de transport și soluțiile logistice integrate end-to-end, conectând hubul din București la rețeaua europeană NewCold. Această conectare va permite clienților să beneficieze de o conectivitate mai bună, o vizibilitate sporită și o eficiență operațională crescută, atât pentru fluxurile logistice naționale, cât și pentru cele internaționale.

La nivel global, NewCold va continua să investească în facilități automatizate de ultimă generație, soluții digitale și tehnologii proprii care contribuie la îmbunătățirea performanței lanțurilor de aprovizionare. Compania vede, de asemenea, oportunități semnificative pentru integrarea suplimentară a datelor, automatizării și inteligenței artificiale în operațiunile lanțului frigorific, cu scopul de a-i ajuta pe clienți să își crească eficiența, vizibilitatea și reziliența operațională.

Compania își va dezvolta în continuare capabilitățile de transport și soluțiile logistice integrate end-to-end, conectând hubul din București la rețeaua europeană NewCold

„România devine o piață din ce în ce mai importantă în cadrul lanțului alimentar european. Investiția noastră din Ștefănești de Sus reflectă încrederea pe care o avem în potențialul pe termen lung al țării și angajamentul nostru de a aduce infrastructură frigorifică de clasă mondială în regiune. Așteptăm cu entuziasm să susținem dezvoltarea continuă a industriei alimentare din România și să creăm valoare pe termen lung pentru clienți, angajați și parteneri”, concluzionează dl. Marian Predoi, Country Manager NEWCOLD.

LOGISTICĂ

WORLD MEDIATRANS
ÎȘI EXTINDE OPERAȚIUNILE ȘI ACCELEREAZĂ INVESTIȚIILE

COMPANIA A ÎNCEPUT DEZVOLTAREA UNOR PLATFORME DE TRANSPORT

cu scopul de a simplifica fluxurile de comunicare și urmărirea în timp real a transporturilor

WORLD MediaTrans s-a dezvoltat de la o companie orientată inițial către transportul aerian și serviciile de curierat într-un furnizor de soluții integrate de transport și logistică, cu servicii care acoperă în prezent transportul rutier, aerian, maritim și feroviar, precum și operațiuni de depozitare și servicii vamale.

World MediaTrans®

Compania a început încă din 2016 să opereze servicii feroviare între China și Europa, iar în prezent își continuă strategia de extindere și diversificare într-o piață marcată de presiuni asupra lanțurilor de aprovizionare și de nevoia unor soluții de transport tot mai flexibile.

Compania a identificat noi oportunități în special în zona transporturilor speciale

Gabriel Lungu,
Managing Partner WMT

Extinderea pe piețele din nordul Africii și Serbia

În ultimele 12 luni, WMT și-a continuat strategia de dezvoltare prin extinderea pe noi piețe, consolidarea serviciilor de transport și logistică, investiții în flotă și accelerarea proceselor de digitalizare. Compania a identificat noi oportunități în special în zona transporturilor speciale, dar și în dezvoltarea unor soluții logistice adaptate schimbărilor din piața europeană.

Printre cele mai importante direcții de dezvoltare s-a numărat extinderea pe piețele din nordul Africii și Serbia, unde WMT a valorificat oportunități în zona transporturilor speciale, inclusiv transporturi charter și transporturi feroviare. În cazul Serbiei, compania a oferit soluții de transport pe cale ferată către și dinspre Europa în contextul grevei care a afectat piața locală. Totodată, WMT a deschis o consolă de transport feroviar din China, cu deconsolidare directă în Timișoara.

„Cererea pentru serviciile de transport și logistică a înregistrat, în 2026, o evoluție pozitivă, atât din partea clienților existenți, cât și prin atragerea unor clienți noi, iar creșterea nu s-a limitat la serviciile tradiționale, ci s-a reflectat și în segmentul transporturilor speciale", ne-a declarat dl. Gabriel Lungu, Managing Partner WMT.

Evoluția a fost influențată de o serie de factori externi, între care grevele, problemele de producție, schimbările climatice și creșterea cererii de componente din industria automotive. În paralel, serviciile de transport tradiționale au înregistrat, de asemenea, o creștere.

WMT a deschis o consolă de transport feroviar din China, cu deconsolidare directă în Timișoara

VGP Park Timișoara:

Un model de infrastructură care impulsionează dezvoltarea regională

În ultimele două decenii am asistat la o transformare a pieței de spații logistice și industriale din România, care a evoluat de la proiecte izolate la hub-uri strategice integrate în rețele europene de aprovizionare. Maturizarea acestei piețe a fost marcată de intrarea dezvoltatorului paneuropean VGP în România, în 2007, prin dezvoltarea VGP Park Timișoara, primul său proiect pe piața locală.

Apropierea de frontiera de vest, conexiunile rapide de transport și forța de muncă pregătită au transformat județul Timiș într-unul dintre cele mai atractive hub-uri economice pentru investitorii internaționali. În acest ecosistem, VGP Park Timișoara a acționat ca un catalizator pentru companiile aflate în căutare de spații industriale de clasa A, adaptate standardelor tehnice și energetice internaționale.

Indicator al stabilității economice: grad de ocupare de 90%

Evoluția VGP Park Timișoara reflectă cererea susținută din regiune. În prezent, parcul este închiriat în proporție de 90%, un indicator clar al dinamismului economic local și al sustenabilității modelului de afaceri propus de dezvoltator. Proiectul a pus la dispoziția marilor companii din domeniul logistic suprafețe dezvoltate la standarde internaționale, oferind un mediu predictibil pentru scalarea activității chiriașilor.

Impactul parcului se extinde dincolo de amprenta sa imobiliară. Prin infrastructura creată, VGP a susținut direct dezvoltarea și scalarea numeroaselor afaceri din zona de vest, cu precădere din sectoarele-cheie ale economiei regionale: transport, logistică, producție și distribuție. Disponibilitatea spațiilor modulare a permis companiilor locale și internaționale să își eficientizeze lanțurile de aprovizionare și să își mărească capacitatea operațională fără a părăsi regiunea.

Parteneriate pe termen lung: World Media Trans

Un element central în strategia VGP îl constituie construirea unor relații de lungă durată cu mediul de afaceri local. Un exemplu reprezentativ în acest sens este World Media Trans, unul dintre liderii din sectorul de transport și logistică și unul dintre primii chiriași ai VGP Park Timișoara.

Colaborarea pe termen lung dintre VGP și World Media Trans ilustrează modul în care infrastructura logistică de calitate sprijină retenția și creșterea partenerilor. Pentru un operator de transport și logistică, stabilitatea spațiului operațional, accesul rapid la arterele rutiere principale și flexibilitatea spațiului de depozitare sunt factori critici de competitivitate. Continuitatea acestui parteneriat de la lansarea parcului și până în prezent confirmă valoarea adăugată pe care o infrastructură modernă o aduce în consolidarea afacerilor locale.

Un model de dezvoltare sustenabilă pentru vestul României:

Polul industrial creat de VGP la Timișoara este o componentă integrantă a arhitecturii economice din vestul țării. Prin atragerea și menținerea unor investiții majore, VGP Park Timișoara contribuie direct la crearea de locuri de muncă, la creșterea veniturilor bugetare locale și la consolidarea statutului Timișoarei ca principal hub logistic regional.

Într-un context economic global care pune accent pe reziliența lanțurilor de aprovizionare și pe eficiența energetică a clădirilor, investițiile derulate de VGP din 2007 până în prezent rămân un reper de bune practici în dezvoltarea imobiliară comercială din România.

Priorități în dezvoltarea operațională a companiei

Un alt element important în dezvoltarea operațională a companiei este depozitul 3PL din Craiova. Deși acesta este utilizat de aproximativ trei ani, în cursul acestui an WMT a încheiat colaborarea cu vechiul client și a început un nou contract cu o companie importantă din domeniul energiei. Alegerea Craiovei este legată de poziționarea strategică a orașului pentru activitatea noului client, care are operațiuni și clienți atât în sudul României, cât și în zona Balcanilor.

La nivel european, sistemul de consolidare dezvoltat de WMT are rolul de a contribui la optimizarea costurilor și la eficientizarea transporturilor pentru parteneri. În același timp, acesta permite reducerea efortului operațional al clienților, prin preluarea gestionării și urmăririi comenzilor de transport.

„Sistemul de consolidare la nivel european pe care îl avem le conferă partenerilor noștri o optimizare a costurilor și, într-adevăr, o eficientizare a transporturilor", explică reprezentantul companiei.

Strategia de dezvoltare a WMT a inclus și continuarea investițiilor în flotă. În acest an, compania a înlocuit aproximativ 40 de unități din parcul auto, menținerea unei flote moderne reprezentând una dintre prioritățile sale, componenta de sustenabilitate ocupând, de asemenea, un loc important în această strategie. WMT urmărește impactul activității asupra mediului și măsoară emisiile de carbon, având inclusiv o persoană dedicată zonei de sustenabilitate.

Sistemul de consolidare dezvoltat de WMT are rolul de a contribui la optimizarea costurilor și la eficientizarea transporturilor pentru parteneri

Investiții într-o echipă eficientă

În ceea ce privește portofoliul de clienți, compania urmărește simultan două direcții: satisfacerea și dezvoltarea relațiilor cu clienții existenți, precum și atragerea unor noi parteneri. Acest obiectiv este susținut inclusiv prin activitatea departamentului de vânzări, iar compania consideră că rezultatele obținute în acest an confirmă eficiența abordării.

Investițiile realizate în echipele operaționale și de vânzări din București, în zona Cargo și Rutier, au adus un plus activității WMT în această regiune. Compania consideră însă că există în continuare spațiu pentru dezvoltare, obiectivul fiind atingerea unui nivel operațional cât mai apropiat de standardele pe care și le-a stabilit.

Pe segmentul certificărilor, WMT a obținut în acest an certificarea EcoVadis, pentru care a înregistrat un punctaj foarte bun. Compania urmărea deja procesele și practicile evaluate prin această certificare, însă nu aplicase anterior pentru obținerea acesteia. O altă autorizație importantă deținută de WMT este autorizația C BAM.

WMT a obținut în acest an certificarea EcoVadis, pentru care a înregistrat un punctaj foarte bun

Tehnologia, în centrul planurilor de investiții

Pentru perioada următoare, tehnologia și digitalizarea se află în centrul planurilor de investiții. Compania a început dezvoltarea unor platforme de transport și a unor conexiuni EDI cu partenerii săi, cu scopul de a simplifica fluxurile de comunicare, transmiterea documentelor și urmărirea în timp real a transporturilor.

Un alt proiect aflat în derulare este implementarea Project44, soluție care va permite clienților să urmărească în timp real camioanele care transportă mărfurile acestora.

„Investițiile importante pentru următoarea perioadă sunt cele din domeniul tehnologiei și digitalizării", subliniază dl. Gabriel Lungu, indicând direcția în care compania își propune să își dezvolte serviciile.

În paralel cu investițiile tehnologice, WMT își propune să continue dezvoltarea businessurilor în regiunile în care este deja prezentă și să consolideze parteneriate care să susțină extinderea serviciilor la nivel mondial.

„Următorul an va avea și o semnificație aparte pentru noi, pentru că vom marca 30 de ani de activitate. Pentru aniversare avem prevăzute investiții în marketing, branding și promovarea evenimentului, în contextul unei perioade care va marca atât parcursul companiei de până acum, cât și direcțiile sale de dezvoltare pentru anii următori", încheie dl. Gabriel Lungu, Managing Partner WMT.

EXCE
DESIGN

TEMPINI
SAU PROMOVAREA LENȚEI ÎN ARTA DESIGNULUI

VIZIUNEA COMPANIEI ESTE ACEEA DE A ADUCE

designul italian în proiectele din România

Povestea Tempini începe în 1921, la Brescia, și se întinde astăzi pe mai multe generații, transformând o afacere de familie într-un nume cu prezență internațională. Dincolo de cifre și expansiune geografică, ceea ce a menținut compania legată de rădăcinile ei este spiritul care a însoțit-o de la început – un caracter construit nu întâmplător, ci prin valori și o cultură organizațională transmise cu grijă de-a lungul timpului, din generație în generație.

Această transmitere nu a fost lăsată în seama documentelor sau a procedurilor interne, ci a rămas o misiune personală a familiei Tempini. Membrii familiei s-au implicat direct în formarea responsabililor tuturor centrelor de business care poartă numele companiei, asigurându-se că valorile fondatoare nu rămân doar declarații de principiu. Numele Tempini a fost „arborat" pe identitatea unui business abia după ce liderii locali au demonstrat, prin fapte, că aparțin cu adevărat acestor valori – o condiție nenegociabilă, indiferent de potențialul comercial al zonei respective.

Gigi Nacev,
Director General Tempini RO

Rigoarea sus menționată a avut însă și un preț: există zone geografice în care extinderea a fost testată, dar la care compania a renunțat pentru că resursele umane locale nu au fost dispuse să facă pasul spre o schimbare de mentalitate.

„Pentru Tempini, coerența valorilor a contat mai mult decât oportunitatea de moment – o alegere care spune, poate, mai multe despre companie decât orice cifră de afaceri", ne-a declarat dl. Gigi Nacev, Director General Tempini RO.

Tempini în România

În România, povestea Tempini începe în 2009, odată cu deschiderea showroom-ului din Timișoara, urmată curând de cel din București. De atunci, piața designului de interior a parcurs o evoluție exemplară, vizibilă atât în cifre, cât mai ales în calitate. Valoric, piața s-a triplat; estetic și calitativ, însă pașii făcuți sunt și mai greu de măsurat în cifre, dar cu atât mai evidenți în rezultate.

Tempini vorbește despre showroom nu doar ca despre un spațiu comercial, ci ca despre o „casă" și un loc în care clienții, designerii și arhitecții descoperă colecții și își dezvoltă propriul stil. Această filozofie a „casei locuite" se regăsește, de altfel, chiar în conceptul spațiului: compania a inovat, creând primul showroom conceput ca o casă locuită, nu ca o expoziție clasică de materiale.

„Experiența showroom-ului este, prin urmare, esențială. Și în această privință am inovat, creând primul showroom conceput ca o casă locuită. Succesul acestei formule a fost surprins cel mai bine chiar de un artist care și-a expus lucrările în showroom: potrivit acestuia, tablourile trebuie expuse pe pereții unei locuințe reale, așa cum vor fi văzute și în propria casă a clientului, nu într-o galerie aglomerată, cu pereți albi", precizează Directorul General.

Tempini a avut și are în continuare un rol important în evoluția pieței de design interior, fiind un trend-setter important care a adus în piața locală ultimele modele de materiale lansate la târgurile internaționale. Misiunea companiei este „Promovarea excelenței în arta designului", iar viziunea este aceea de a aduce designul italian în proiectele din România.

Tempini vorbește despre showroom nu doar ca despre un spațiu comercial, ci ca despre o „casă" și un loc în care clienții, designerii și arhitecții descoperă colecții și își dezvoltă propriul stil

FLORIM

www.florim.com

Italian Excellence in Porcelain Surfaces

With an innate passion for beauty and design, Florim has been producing ceramic surfaces for over 60 years to meet the needs of construction, architecture, and interior design. Led by Claudio Lucchese, son of founder Eng. Giovanni Lucchese, the company is deeply rooted in the Italian ceramics district and today stands as an international trendsetter in the industry.

In 2025, the Group reported revenues of approximately €420 million. With cutting-edge production facilities, commercial branches, and partnerships across Europe, the Americas, and Asia, as well as Flagship Stores in key global design and architecture capitals (including Milan, New York, Moscow, Singapore, Frankfurt, London, Abu Dhabi, Rome, Los Angeles and Seoul) Florim has a strong global presence. A strategy focused on quality, innovation, and sustainability combines with creativity and the dedication of its people to transform the recognized value of “Made in Italy” into MADE IN FLORIM. After changing its articles of association and becoming a Benefit Corporation, Florim achieved B Corp Certification in 2020. Since 2022, the company has also been a member of Altagamma, the foundation that brings together Italy’s leading companies recognized worldwide as ambassadors of Italian lifestyle and excellence. Technological innovation and aesthetic research, state-of-the-art production facilities, and highly efficient manufacturing processes make Florim a truly distinctive company. The brand is presented to the global market through four commercial lines distributed worldwide: Luxury Design, Creative Design, Architectural Design, and Contemporary Design. Alongside these is FLORIM Stone, the brand dedicated to the world of furnishings and worktops, combining design and functionality in a single large format (320x160 cm) available in three different thicknesses (6, 12, and 20 mm). FLORIM Skin, on the other hand, at just 3 mm thick and reinforced with treated fiberglass mesh, offers a wide selection of surfaces in a single large 120x300 cm format, suitable for multiple applications and seamlessly blending aesthetics with uncompromising performance.

Tempini a reușit să construiască un univers amplu de home design

Procesul de selecție a produselor expuse în showroom-urile Tempini se bazează pe mai multe criterii. În primul rând, produsul trebuie să fie de ultimă generație, inovator și adaptat gustului pieței locale, o piață cu particularități specifice. Urmează analiza calității, iar aici Tempini selectează exclusiv produse aflate în Top 3 Made in Italy.

Nu în ultimul rând și, s-ar putea spune, decisiv, contează serviciul pe care producătorul îl oferă pe piața din România: sprijinul agenților locali, timpii de livrare, modul în care sunt rezolvate eventualele erori ce pot apărea într-un astfel de business. Aceste criterii riguroase au permis companiei să depășească, în timp, zona strictă a plăcilor ceramice și să construiască un univers de home design mai amplu, care include astăzi și obiecte sanitare, tapet, parchet și panouri decorative.

Tempini a avut încă de la început o gamă largă de categorii comerciale, completându-și constant portofoliul cu produse nou apărute pe piață, precum panourile decorative sau plăcile ceramice personalizate.

„Și în abordarea acestor noi categorii, am fost permanent deschizători de drumuri. Toată această strategie are la bază politica noastră comercială care prevede ca materialele expuse să fie alegerea biroului de achiziții, birou care are contact cu „laboratoarele" furnizorilor, și nu de către biroul de vânzări, birou tentat să expună cele mai vândute materiale, materiale care natural vor avea o curbă viitoare descendentă", afirmă dl. Gigi Nacev.

De-a lungul timpului, Tempini a depășit zona strictă a plăcilor ceramice

Promotorul plăcilor ceramice de dimensiuni mari

Compania a adus în România încă din 2015 plăci ceramice de dimensiuni foarte mari, deschizând noi posibilități pentru arhitecți și designeri. Tempini a fost primul distribuitor de plăci ceramice care a propus in piață, la nivel european, plăcile de dimensiuni mari.

Prima placă din lume a fost montată în Cluj Napoca. Adoptarea la scară largă a acestor plăci de dimensiuni mari a durat aproximativ opt ani, timp în care echipele de montaj au învățat tehnicile de manipulare și montaj. Astăzi, plăcile de 160x320 cm reprezintă limita superioară în ceea ce privește dimensiunea, inovațiile actuale fiind mai degrabă în zona finisajelor și culorilor.

La târgul de anul trecut au fost prezentate prototipuri de finisaje mat-lucios pe aceeași suprafață, alături de o paletă de culori imposibil de obținut în trecut. Ceramica se colorează cu pigmenți speciali, care au însă anumite limitări, ceea ce face ca finisajele obținute în prezent să devină cu atât mai speciale.

Compania a lansat, împreună cu alți doi parteneri, Murali Store și Hogarti, platforma CUiB Hub – https://cuibhub.ro/

Colaborarea cu arhitecți și designeri

Succesul Tempini se datorează însă, în egală măsură, și colaborării cu arhitecți și designeri, compania inovând permanent, chiar și în ceea ce privește comunicarea cu comunitatea de design interior.

În urmă cu 12 ani, Tempini a realizat primul podcast cu designeri și arhitecți, într-o perioadă în care acest format nici nu era cunoscut, și primul eveniment cu participare internațională Cuib. Totodată, membri ai echipei Tempini au avut inițiativa de a sprijini înființarea Asociației Române de Design și Inovație.

Recent, compania a lansat, împreună cu alți doi parteneri, Murali Store și Hogarti, platforma CUiB Hub (https://cuibhub.ro/), care pune în legătură, într-un mod profesional, designerii de interior cu persoanele interesate de acest tip de servicii, indiferent că ne referim la persoane fizice sau dezvoltatori imobiliari.

Această apropiere de comunitatea de design se reflectă și în portofoliul de proiecte al companiei: cele mai reprezentative rămân cele rezidențiale premium, deși portofoliul este destul de variat, incluzând proiecte din industrii precum HoReCa, hotelier, aeroporturi, săli sportive etc.

Etică, cultură, flexibilitate, eficiență și pasiune

Indiferent de proiect, Tempini își definește astăzi, ca și până acum, valorile prin etică, cultură, flexibilitate, eficiență și pasiune, valori care stau la baza tuturor strategiilor companiei, de la procesul de recrutare a resurselor umane până la relația cu clienții. Această coerență valorică se reflectă și în evoluția financiară a companiei: performanțele din ultimii șase ani au fost într-o creștere constantă, datorată în special dezvoltării teritoriale.

„Privind spre viitor și influențată fiind de potențialul noilor acționari intrați recent în companie, Tempini estimează că ritmul de creștere urmează să se accelereze, în condițiile în care strategia vizează dezvoltarea geografică, adăugarea unor categorii comerciale noi și abordarea unor dezvoltări imobiliare de nivel superior", a concluzionat dl. Gigi Nacev, Director General Tempini RO.

INDUSTRIE

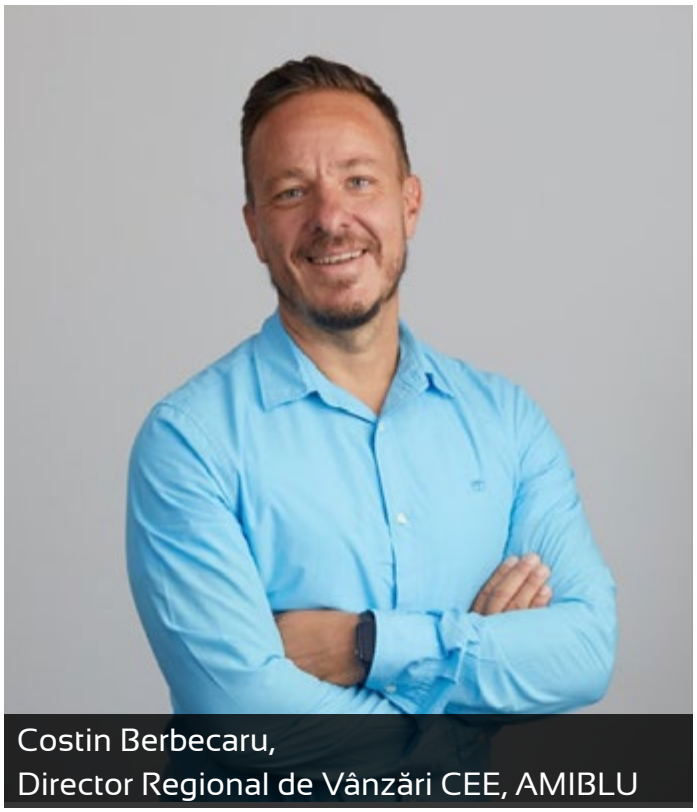
AMIBLU ROMÂNIA
SE AXEAZĂ PE CREȘTEREA CAPACITĂȚII DE PRODUCȚIE

COMPANIA INVESTEȘTE 2,1 MILIOANE DE EURO ÎNTR-UN ECHIPAMENT NOU DESTINAT GAMEI DN200-DN500,

ceea ce va conduce la o creștere a productivității fabricii cu aproximativ 20%

Activitatea AMIBLU în România a fost marcată în ultimul an de două direcții majore: modernizarea fabricii din Clinceni, realizată în paralel cu activitatea curentă, și livrarea celui mai complex proiect industrial al companiei în România, centrala pe gaze de la Mintia. Investițiile au presupus opriri tehnologice și o limitare temporară a producției, însă au avut ca obiectiv creșterea capacității și consolidarea poziției companiei pe termen lung.

„A fost un an în care am făcut două lucruri greu de făcut simultan: am modernizat fabrica din Clinceni în plină activitate și am livrat cel mai complex proiect industrial din istoria noastră în România, la Mintia. Prima decizie a însemnat opriri tehnologice planificate și o limitare temporară a producției, cu efect direct în cifre. A doua a însemnat conducte de până la DN3800 aduse din patru fabrici ale grupului și montate de echipele noastre pe șantierul celei mai mari centrale pe gaze construite pe un singur amplasament în Uniunea Europeană. Dacă ar trebui să rezum anul într-o frază: am sacrificat volum pe termen scurt pentru capacitate și referințe pe termen lung”, ne-a declarat dl. Costin Berbecaru, Director Regional de Vânzări CEE, AMIBLU.



Costin Berbecaru,
Director Regional de Vânzări CEE, AMIBLU

Piața românească de infrastructură de apă și canalizare, caracterizată de prudență

În paralel, piața românească de infrastructură de apă și canalizare a evoluat mai prudent decât era anticipat. Fondurile disponibile prin Programul Anghel Saligny și obiectivele PNRR au fost afectate de ritmul implementării și de renegocieri, în timp ce incertitudinile economice și politice au determinat amânarea unor decizii de achiziție.

Piața rămâne însă una dintre cele mai importante din regiune, pe fondul necesarului semnificativ de investiții. Potrivit datelor INS, în 2025 doar 61% din populația României era conectată la canalizare, iar pierderile din rețelele publice de apă depășeau 565 de milioane de metri cubi anual. Necesarul de investiții pentru conformarea la directivele europene este estimat între 22 și 30 de miliarde de euro, în timp ce sursele de finanțare identificate până în 2030 acoperă aproximativ 10 miliarde de euro.

În 2025 doar 61% din populația României era conectată la canalizare, iar pierderile din rețelele publice de apă depășeau 565 de milioane de metri cubi anual

În acest context, criteriile de selecție ale soluțiilor tehnice încep să se mute de la prețul inițial către costul pe durata de viață. Durabilitatea și reducerea pierderilor devin, astfel, argumente importante în alegerea materialelor pentru infrastructură.

România are un rol strategic în structura regională a AMIBLU, fiind hub-ul grupului pentru Europa Centrală și de Est și centrul din care sunt coordonate activitățile comerciale și financiare ale regiunii. Fabrica din Clinceni deservește pieţele europene, aproximativ 80% din producție fiind destinată exportului.

În acest context, România funcționează simultan ca piață, bază de producție și centru de competență. Investiția realizată în fabrica din Clinceni și dezvoltarea producției industriale de jacking susțin această poziționare.

Investiție de 2,1 milioane de euro la Clinceni

AMIBLU investește 2,1 milioane de euro într-un echipament nou destinat gamei DN200-DN500, iar după punerea în funcțiune, compania estimează o creștere a productivității fabricii cu aproximativ 20%.

Alegerea acestei game este legată de volumul important de proiecte pentru rețele de distribuție, colectoare secundare și extinderi în localități mici și mijlocii. În același timp, investiția răspunde unei schimbări observate în piață: termenul de livrare a devenit un criteriu de selecție tot mai important.

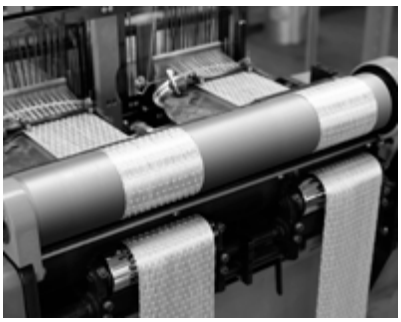
Modernizarea continuă direcția de automatizare a etapelor critice ale procesului de producție. În zonele deja automatizate, precum debitarea, compania a raportat o reducere cu 23% a rebuturilor, o precizie mai bună și condiții de lucru mai sigure.

Investiția a fost realizată într-o fabrică aflată în funcțiune, ceea ce a presupus costuri și limitări temporare de producție, asumate pentru creșterea capacității viitoare.

Modernizarea continuă direcția de automatizare a etapelor critice ale procesului de producție

unique TEXTILES

www.unique.cz



UNIQUE Textiles, s.r.o., is a Czech company that specializes in producing glass reinforcements, such as fabrics and tapes made from glass yarn and glass roving.

Our glass fabrics are used in a wide range of composite products that are successfully utilized both in the Czech market and across Europe.

Application is in many industry sectors, particularly in the production of composite materials, in piping and insulation systems, including sports equipment like boats, surfboards, skis, and hockey sticks, in the automotive industry, laminate production, and even fire-resistant materials.

We focus on manufacturing according to customer requirements, and we also offer a wide range of standard glass fabrics and tapes.

Our fabrics are designed to meet the most demanding requirements for strength, durability, and workability.

Florin Dinicică,
Director de Vânzări AMIBLU România

Segmentul de jacking a fost, potrivit companiei, cel mai dinamic din regiune, cu o creștere de peste 70% față de anul anterior

Producția industrială de jacking

Una dintre principalele direcții tehnologice pentru următorii ani este producția industrială de jacking. Începând din 2027, AMIBLU intenționează să producă la Clinceni, pe toată gama de diametre până la DN2400, conducte pentru instalare prin împingere, indiferent de presiune sau rigiditate.

„Metoda merită explicată, pentru că schimbă complet felul în care arată o lucrare. În mod obișnuit, ca să pui o conductă în pământ, sapi un șanț pe tot traseul: închizi strada, deviezi traficul, afectezi comercianții și locuitorii pe kilometri întregi. La jacking sapi doar două puțuri, unul de lansare și unul de recepție, iar între ele conductele sunt împinse hidraulic prin pământ, una după alta. Între cele două puțuri, la suprafață, viața orașului continuă normal. Se folosește acolo unde pur și simplu nu poți deschide terenul: sub bulevarde intens circulate, sub căi ferate, pe sub râuri, în centre istorice. Câștigul nu este doar tehnic, ci și social: mai puține perturbări, autorizări mai simple, lucrări mai rapide”, detaliază dl. Florin Dinicică, Director de Vânzări AMIBLU România.

Produsul face diferența într-o astfel de aplicație. La jacking, conducta nu este așezată în șanț, ci împinsă prin pământ cu forțe considerabile. Conductele Hobas utilizate în astfel de aplicații au suprafața exterioară netedă și precis calibrată, ceea ce reduce frecarea cu terenul, iar cuplajele din oțel inoxidabil sunt integrate în gabaritul conductei. În proiectele din regiune au fost furnizate soluții cu rigidități între SN 40.000 și SN 320.000 N/m².

Segmentul de jacking a fost, potrivit companiei, cel mai dinamic din regiune, cu o creștere de peste 70% față de anul anterior, în România aflându-se în derulare simultan mai multe proiecte mari de reabilitare fără săpătură.

Automatizarea și digitalizarea îmbunătățesc trasabilitatea

Automatizarea și digitalizarea au contribuit la eficientizarea producției și la un control mai bun al proceselor, precum și la îmbunătățirea serviciilor oferite clienților, de la ofertare și livrare până la asistență în exploatare.

În paralel, piața conductelor se orientează către o documentare mai riguroasă a performanței produselor, compania considerând că beneficiarii vor acorda o importanță tot mai mare datelor privind consumul, amprenta de carbon și performanța pe durata de viață.

Platforma AMIBLU Product Catalogue integrează documentații LCA și EPD, oferind proiectanților acces la informații privind

impactul soluțiilor analizate. La nivel comercial, sistemele integrate de CRM, planificare și raportare permit coordonarea producției în funcție de cererea din 13 țări.

UNSATURATED POLYESTER AND VINYL ESTER RESINS
FOR HIGH-PERFORMANCE COMPOSITES

- General-purpose resins
- Casting and closed moulding resins
- Resins for specific applications
- Gel coats, top coats and pigment concentrates

PLATINUM Top 1%
ecovadis
Sustainability Rating
SEP 2026

www.resinshelios.com
HELIOS RESINS | ATCOAT

Gama AMIBLU PROX

Inovația reprezintă una dintre principalele direcții strategice ale companiei, atât pentru eficientizarea producției, cât și pentru reducerea consumurilor și a impactului asupra mediului.

„Cea mai relevantă inovație recentă este AMIBLU PROX, o generație nouă de țevi GRP proiectate special pentru reducerea amprentei de carbon. Abordarea este foarte concretă: ne-am concentrat pe cele trei componente care generează aproximativ 80% din emisiile de CO_2 ale unei țevi, adică materia primă, transportul și procesul de producție. Folosind rășini rPET sau bio-based, fibră de sticlă produsă cu energie regenerabilă și optimizând transportul și fabricația, în primul proiect de referință din Spania țevile PROX au demonstrat o reducere de 40% a emisiilor totale de CO_2 față de țevile standard. Fără niciun compromis de performanță: PROX este disponibil în toate clasele uzuale de presiune și rigiditate", mai spune dl. Costin Berbecaru.

Cea mai relevantă inovație recentă este AMIBLU PROX, o generație nouă de țevi GRP proiectate special pentru reducerea amprentei de carbon

Cercetarea și dezvoltarea sunt susținute de centrul din Norvegia, prezentat de companie drept cel mai mare laborator acreditat la nivel mondial pentru testarea conductelor GRP. Activitatea vizează optimizarea compozitelor, creșterea proporției de materiale reciclate și dezvoltarea unor soluții adaptate schimbărilor climatice.

„Și mai există o formă de inovație care nu se vede în laborator, dar se vede în caietele de sarcini. În România am lucrat ani de zile cu proiectanții, asociațiile profesionale și autoritățile pentru ca parametrii tehnici ai GRP să fie corect reflectați în normativele naționale. Pentru un beneficiar care privește investiția pe 30 sau 50 de ani, toate acestea nu sunt argumente de marketing, ci argumente de buget", explică reprezentantul companiei.

Proiecte de referință în România

Unul dintre proiectele importante derulate în România este centrala pe gaze de la Mintia, unde AMIBLU a livrat la cheie sistemul de conducte GRP de mare diametru pentru circuitele de apă ale centralei. Proiectul, în valoare de aproximativ 5 milioane de euro, a inclus conducte de până la DN3800 produse în patru fabrici ale grupului și montate de echipele companiei.

Un alt proiect major este aducțiunea Isvarna-Craiova, Firul II, care include peste 123 km de conductă DN1200 din PAFSIN, în șase loturi, cu lucrări de peste 117 milioane de euro finanțate prin fonduri europene. Proiectul reprezintă una dintre cele mai importante lucrări recente de infrastructură pentru apă potabilă din România.

La Pantelimon, compania a livrat un bazin subteran de retenție a apelor pluviale de 500 de metri cubi, realizat integral din tuburi

GRP, 50 m cu DN3600. Soluția este destinată reducerii efectelor ploilor torențiale într-o zonă afectată în mod repetat de inundații.

„Furtunile din ultimul timp au arătat că rețelele de canalizare nu au fost proiectate pentru clima de astăzi. Nu poți dubla

La Pantelimon, compania a livrat un bazin subteran de retenție a apelor pluviale de 500 de metri cubi, realizat integral din tuburi GRP

diametrele pe sute de kilometri de rețea; poți însă să reții vârful de ploaie acolo unde cade. Asta am făcut la Pantelimon: rezervorul este construit din aceleași tuburi centrifugate pe care le producem zilnic la Clinceni, se ajustează în șantier fără prelucrarea capetelor, se montează cu excavație redusă și nu corodează timp de 150 de ani", mai spune dl. Florin Dinicică.

Preocuparea pentru reducerea consumului de energie

La fabrica din România sunt instalate de cinci ani panouri fotovoltaice, printr-o centrală de 370 kWp care acoperă aproximativ 25% din consumul de electricitate. Consumul de gaze a fost redus prin instalarea unor pompe de căldură, precum și prin recuperarea căldurii reziduale și înlocuirea echipamentelor mai vechi.

Față de 2020, consumul de gaze naturale a fost redus cu 50%, iar cel de energie electrică cu aproximativ 18%. Investițiile contribuie și la stabilizarea costurilor de producție într-un context caracterizat de volatilitatea prețurilor la energie.

„Abordarea noastră pe acest capitol este mai puțin spectaculoasă și mai degrabă inginerească: identificăm unde se consumă efectiv energia și intervenim exact acolo. Pompele de căldură au venit după ce am constatat că gazul era folosit pentru încălzire, adică pentru ceva ce se poate face mult mai eficient altfel. Recuperarea căldurii reziduale și înlocuirea echipamentelor vechi cu altele eficiente energetic merg în aceeași direcție. Rezultatele cumulate sunt măsurabile: față de 2020, consumul de gaz natural s-a redus cu 50%, iar cel de energie electrică cu aproximativ 18%”, adaugă dl. Dinicică.

Într-un context de volatilitate a prețurilor la energie, aceste investiții au și un efect comercial direct: stabilizează costul de producție al companiei, fiind unul dintre motivele pentru care AMIBLU poate rămâne competitivă pe piețe externe fără a transfera fiecare fluctuație în prețul final. Toate aceste măsuri fac parte dintr-un plan etapizat prin care compania și-a asumat obiectivul de neutralitate a emisiilor de carbon până în 2030.

AMIBLU estimează că următorul ciclu de investiții este deja conturat

Fondurile europene, principala sursă de finanțare

Fondurile europene reprezintă principala sursă de finanțare pentru proiectele de infrastructură de apă și apă uzată din România. Programul Dezvoltare Durabilă 2021-2027 are alocate 2,9 miliarde de euro pentru acest sector, cu obiective de peste 3.700 km de conducte de apă și 3.200 km de canalizare, la care se adaugă proiectele fazate din POIM și componenta de apă din PNRR.

Influența finanțărilor europene este însă și calitativă. Cerințele privind documentarea, trasabilitatea și criteriile de mediu contribuie la schimbarea modului în care sunt selectate soluțiile tehnice.

În același timp, ritmul proiectelor rămâne dificil de anticipat, din cauza ciclurilor de finanțare, autorizărilor și contestațiilor. Compania estimează că următorul ciclu de investiții este deja conturat, în condițiile în care noua directivă europeană privind apele uzate extinde obligațiile de conformare către aglomerări de peste 1.000 de locuitori echivalenți.

Expertiză tehnică și umană

Strategia companiei pune accent și pe expertiza tehnică, nu doar pe produs. În proiectele complexe, echipa AMIBLU este implicată încă din faza de proiectare, oferind suport privind soluția tehnică, montajul și exploatarea.

Compania menționează, de asemenea, certificarea BELGAQUA pentru conductele Flowtite destinate apei potabile, certificarea EcoVadis la nivelul Committed, statutul de Official Partner of World Engineering Day by UNESCO în 2025 și certificarea Great Place to Work.

La Clinceni lucrează aproximativ 100 de persoane, iar compania investește în programe de dezvoltare profesională, training tehnic și managerial și schimb de know-how la nivel regional.

În ansamblu, direcția AMIBLU pentru România este construită în jurul creșterii capacității de producție, extinderii soluțiilor tehnice și dezvoltării proiectelor cu valoare adăugată ridicată, într-o piață în care necesarul de investiții în infrastructura de apă și canalizare rămâne semnificativ.

Creșterea constantă, obiectivul companiei

Pentru următorii trei până la cinci ani, strategia AMIBLU în România se concentrează pe patru direcții: creșterea capacității și extinderea gamei, proiecte complexe, diversificare și sustenabilitate.

În ceea ce privește capacitatea și extinderea gamei, compania urmărește integrarea noului echipament pentru DN200-DN500 și dezvoltarea producției industriale de jacking până la DN2400. În zona proiectelor complexe, accentul este pus pe aplicații trenchless, industrie și energie, unde compania poate furniza nu doar conducte, ci și servicii tehnice complete.

Diversificarea vizează, pe lângă proiectele publice de apă și canalizare, extinderea activității în domeniul irigațiilor, unde România dispune deja de standarde pentru GRP, al alimentării cu apă potabilă, cu aducțiunea Isvarna-Craiova drept referință importantă, și al sectorului privat, unde durata de viață a produselor reprezintă un criteriu important de selecție, iar deciziile se iau mai rapid.

Un segment nou, considerat strategic, este cel al retenției apelor pluviale. Bazinul de 500 de metri cubi realizat din tuburi GRP și livrat la Pantelimon este primul de această dimensiune din România. În contextul inundațiilor din vara aceasta, compania estimează că vor urma și alte proiecte similare.

Sustenabilitatea completează strategia prin introducerea gamei PROX, dezvoltarea avantajului oferit de EPD și LCA și continuarea programului AMIBLU Green.

„Dacă ar fi să rezum – nu urmărim o creștere spectaculoasă într-un singur an, ci construim capacitatea de a susține creșterea constant, pe toată durata următorului ciclu de investiții, și de a fi primii chemați atunci când un proiect este cu adevărat dificil”, spune dl. Berbecaru.

Strategia AMIBLU în România se concentrează pe patru direcții: creșterea capacității și extinderea gamei, proiecte complexe, diversificare și sustenabilitate

Perspective financiare

În primele nouă luni ale anului, cifra de afaceri a companiei în România a ajuns la 19,5 milioane de euro, cu 16% sub nivelul aceleiași perioade din anul precedent. Evoluția a fost influențată atât de opririle tehnologice necesare instalării noii capacități de producție, cât și de un context de piață mai dificil și de amânarea unor proiecte în România și Bulgaria. Pentru întregul an, compania estimează o cifră de afaceri de aproximativ 26,5 milioane de euro, cu 13,5% sub nivelul anului anterior.

„Aș adăuga două elemente de context. Primul: 2025 a fost un an record, cu o creștere de peste 6% față de 2024, după ce, în 2019, compania încheia anul cu aproximativ 18 milioane de euro. Chiar și într-un an de tranziție, nivelul actual este cu aproape 50% mai ridicat decât cel de acum șase ani. Al doilea: o parte din vânzările estimate pentru acest an nu s-au pierdut, ci s-au amânat; proiectele întârziate de clienți rămân în portofoliu. Scăderea este reală, dar trebuie analizată în contextul unei tendințe, nu al unui singur exercițiu financiar”, încheie dl. Florin Dinicică, Director de Vânzări AMIBLU România.

Compania estimează o cifră de afaceri de aproximativ 26,5 milioane de euro, cu 13,5% sub nivelul anului anterior

DOMENIU

FANUC EUROPE

INDUSTRIE

FANUC,
50 DE ANI DE EXCELENȚĂ ÎN
L AUTOMATIZĂRII ÎN EUROPA

YEARS AS A EUROPEAN INDUSTRY PARTNER

Automation has a name.

CINCI DECENII DE COLABORARE DE SUCCES ÎN INDUSTRIA EUROPEANĂ

demonstrează valoarea unei viziuni pe termen lung, a consecvenței ingineriei și a parteneriatelor de încredere

FANUC este unul dintre principalii furnizori globali de soluții pentru automatizare industrială, având o prezență importantă și bine dezvoltată pe piața europeană. Compania oferă tehnologii avansate de automatizare, printre care roboți industriali, sisteme CNC și soluții pentru controlul și optimizarea proceselor de producție. Prin rețeaua sa de operațiuni, centre tehnice și servicii dedicate clienților europeni, FANUC joacă un rol important în dezvoltarea și implementarea soluțiilor de automatizare și în tranziția industriei europene către procese de producție mai inteligente și mai flexibile.

1976

1980's

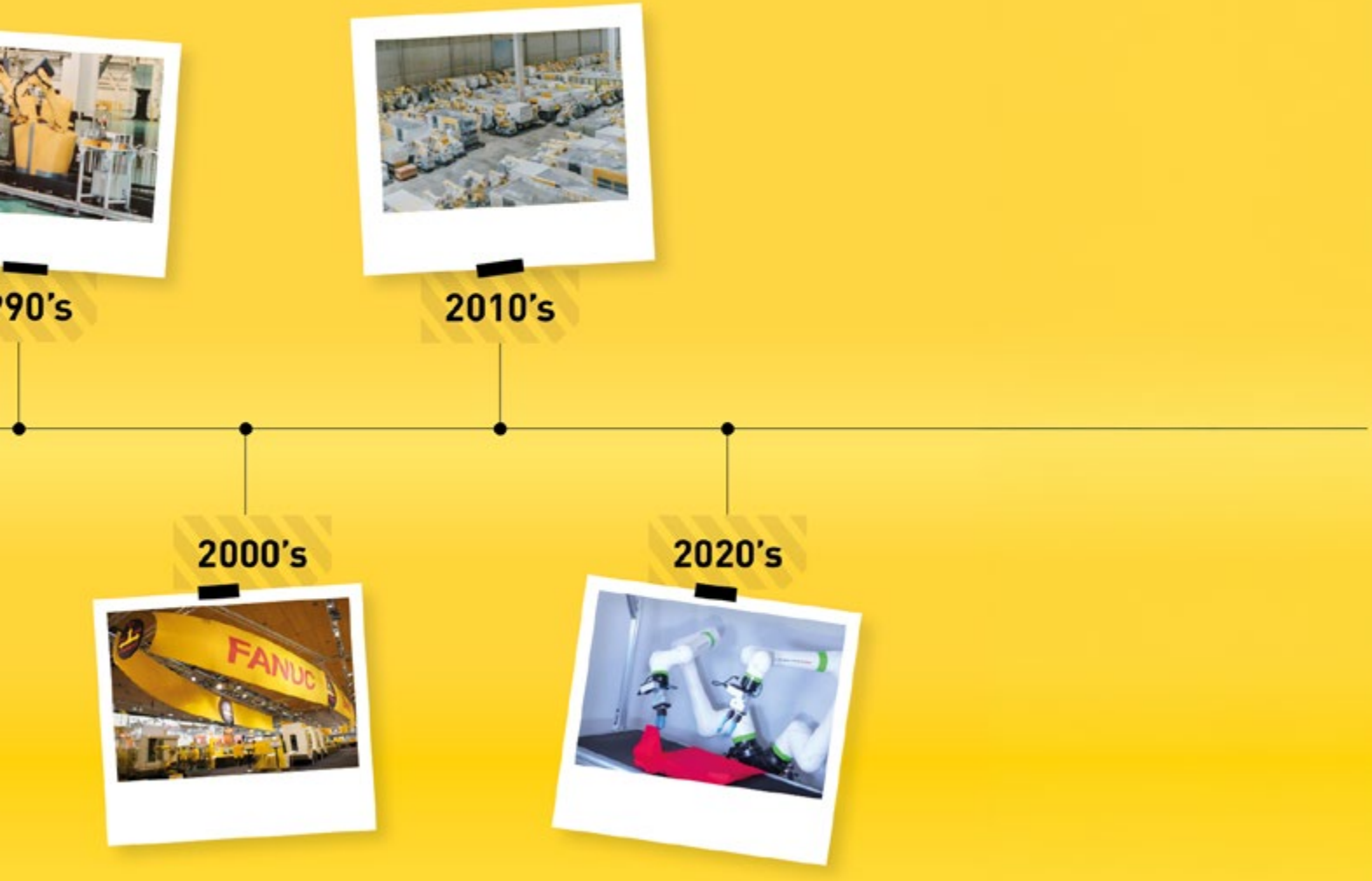
19

De 50 de ani, FANUC Europe îmbunătățește productivitatea, calitatea și competitivitatea prin intermediul unor soluții fiabile de automatizare

De 50 de ani, FANUC Europe colaborează cu producători din întreaga Europă pentru a îmbunătăți productivitatea, calitatea și competitivitatea prin intermediul unor soluții fiabile de automatizare. De la sisteme CNC și robotică până la soluții integrate de automatizare industrială, continuăm să îi ajutăm pe clienții noștri să construiască fabricile viitorului.

Construit pe tradiție. Orientat spre viitor.

De cinci decenii, FANUC Europe îmbină excelența ingineriei japoneze cu o înțelegere profundă a sectorului de producție european. Ceea ce a început în 1976 s-a transformat în parteneriate de durată cu producători, constructori de mașini, integratori de sisteme și instituții de învățământ din toată Europa. Cea de-a 50-a aniversare a companiei este mai mult decât o etapă importantă. Este dovada încrederii, a fiabilității și a angajamentului pe termen lung care continuă să definească FANUC și astăzi.



Cinci decenii, cinci principii care stau la baza succesului clienților

50 de ani de experiență nu reprezintă doar istorie. Aceasta se bazează pe principii verificate în timp, care continuă să asigure performanța, fiabilitatea și valoarea pe termen lung pentru clienții FANUC.

Compania combină principii inginerești consacrate cu inovația continuă pentru a răspunde cerințelor în continuă evoluție din domeniul producției, de la producția tradițională până la fabricile inteligente și automatizarea bazată pe inteligența artificială.

De la primele sisteme CNC până la robotică avansată și automatizarea integrată, tehnologiile FANUC s-au impus ca standarde în mediile de producție din Europa.

Fiabilitatea se află în centrul filosofiei inginerești a FANUC. Sistemele companiei sunt concepute pentru o durată lungă de viață, performanțe constante și timpi de nefuncționare minimi, asigurând o producție stabilă și eficientă pe termen lung.

FANUC colaborează cu clienții pe parcursul întregului ciclu de viață – de la proiectarea aplicației până la exploatarea pe termen lung – contribuind la creșterea productivității, a flexibilității și la îmbunătățirea continuă.

Cinci decenii de colaborare de succes în industria europeană demonstrează valoarea unei viziuni pe termen lung, a consecvenței ingineriei și a parteneriatelor de încredere.

FANUC combină principii inginerești consacrate cu inovația continuă

FANUC construiește viitorul industriei de producție pentru următorii 50 de ani

De 50 de ani, FANUC Europe sprijină producătorii cu soluții de automatizare fiabile, concepute pentru performanță pe termen lung.

Pe măsură ce industria prelucrătoare continuă să evolueze, compania rămâne dedicată să își ajute clienții să facă față schimbărilor – de la digitalizare și inteligență artificială până la medii de producție mai flexibile și mai sustenabile.

Împreună cu clienții și partenerii, FANUC continuă să construiască viitorul. De jumătate de secol, succesul companiei se bazează pe succesul clienților ei. În toată Europa, producătorii s-au bazat pe tehnologia FANUC pentru a-și îmbunătăți eficiența, a-și spori flexibilitatea și a-și menține competitivitatea pe pieţele în continuă schimbare, dezvoltând împreună soluții, depășind provocări și modelând viitorul automatizării.

De jumătate de secol, succesul companiei se bazează pe succesul clienților ei

EURO
ENERGIE

D VIAL LIGHTING,
30 DE ANI DE EXPERIENȚĂ
ÎN DOMENIUL ENERGIEI

COMPANIA BENEFICIAZĂ DE experiența, infrastructura, portofoliul și acoperirea națională necesare pentru a susține proiecte de anvergură

La 30 de ani de la înființare, Euro Vial Lighting traversează o nouă etapă de dezvoltare, în care direcțiile anunțate în urmă cu un an – digitalizarea, eficientizarea operațiunilor, dezvoltarea infrastructurii și extinderea la nivel național – încep să se concretizeze în proiecte și rezultate. Compania și-a consolidat prezența pe piață, a investit în noi instrumente digitale și în infrastructură și și-a extins activitatea în domenii precum infrastructura energetică, energia verde și proiectele industriale.

Virgil Lixandru,
fondatorul si proprietarul Euro Vial Lighting

„În ultimul an, multe dintre direcțiile despre care vorbeam în 2025 au trecut din etapa de plan în rezultate concrete. Am continuat procesul de digitalizare și eficientizare a operațiunilor, am investit în infrastructură și în dezvoltarea prezenței noastre la nivel național, astfel încât să fim mai aproape de clienți și să putem răspunde mai rapid nevoilor lor”, ne-a declarat dl. Virgil Lixandru, fondatorul si proprietarul Euro Vial Lighting.

Unul dintre cele mai importante proiecte derulate în această perioadă a fost digitalizarea proceselor interne

Digitalizarea proceselor interne

Unul dintre cele mai importante proiecte derulate în această perioadă a fost digitalizarea proceselor interne. În ianuarie 2026, Euro Vial Lighting a implementat un nou sistem ERP, iar în paralel a introdus Mantis, un sistem de warehouse management destinat gestionării mai eficiente a operațiunilor din depozit.

Un alt proiect important a fost dezvoltarea unei noi platforme de Business Intelligence în Power BI. Prin aceasta, compania a reușit să aducă într-o singură interfață informațiile relevante din toate departamentele și să aibă acces, în timp real, la date clare și relevante pentru business.

„Avem astfel o imagine mult mai bună asupra întregii activități și putem lua decizii mai rapid și mai bine fundamentate. Pentru client, toate aceste investiții se traduc în lucruri foarte concrete: procese mai rapide, informații mai precise, o disponibilitate mai bună a produselor și, în final, servicii mai eficiente”, explică dl. Lixandru.

Un alt pas important în strategia de dezvoltare a fost deschiderea filialei din Craiova

Online-ul completează relația directă cu clientul

Canalul online eurovial.ro rămâne un instrument important pentru Euro Vial Lighting, iar dezvoltarea acestuia este privită ca un proces continuu. Compania lucrează la îmbunătățirea experienței utilizatorilor, la modul în care sunt prezentate produsele și informațiile tehnice și la simplificarea interacțiunii dintre client și companie.

În 2026, unul dintre obiectivele importante este finalizarea noii platforme B2B, concepută pentru a oferi clienților un mod mai simplu și mai eficient de a lucra cu Euro Vial Lighting, cu acces rapid la informațiile relevante pentru activitatea lor și instrumente adaptate unei relații comerciale recurente.

„Pentru noi, online-ul nu înlocuiește relația directă cu echipa de vânzări, ci o completează. Direcția este să construim un ecosistem în care componenta digitală și expertiza oamenilor noștri să funcționeze împreună, astfel încât colaborarea cu Euro Vial Lighting să devină tot mai rapidă și mai ușoară", mai spune fondatorul companiei.

Extinderea la nivel național continuă

Un alt pas important în strategia de dezvoltare a fost deschiderea filialei din Craiova. Alegerea regiunii a venit atât pe fondul dinamicii economice locale, cât și al potențialului identificat în zona de sud-vest a țării.

Noua locație include depozit, showroom și logistică proprie și permite companiei să fie mai aproape de clienții din regiune, atât din punct de vedere comercial, cât și prin disponibilitatea produselor și capacitatea de a răspunde rapid solicitărilor din piață.

„Craiova a fost o alegere firească în strategia noastră de dezvoltare. Pentru noi este important să fim cât mai aproape de clienți, nu doar comercial, ci și prin disponibilitatea produselor, logistică și capacitatea de a răspunde rapid solicitărilor din piață", explică dl. Virgil Lixandru.

Compania vede noua locație ca pe o investiție pe termen lung și ca pe un punct important pentru dezvoltarea infrastructurii sale la nivel național.

Energia verde și infrastructura energetică, în centrul dezvoltării

Energia verde și eficiența energetică rămân direcții strategice pentru Euro Vial Lighting, într-un context mai larg în care industria energetică din România trece printr-o perioadă de transformare. Investițiile în noi capacități de producție și în modernizarea infrastructurii sunt tot mai vizibile, iar evoluția se reflectă și în proiectele și solicitările primite de companie.

Euro Vial Lighting are în derulare mai multe proiecte de parcuri fotovoltaice, pentru care furnizează echipamente și materiale electrice, și observă un interes în creștere pentru soluțiile de stocare a energiei. În același timp, compania urmărește dezvoltarea proiectelor eoliene și investițiile în infrastructura de distribuție a energiei electrice, zone în care își dorește să aibă un rol tot mai important.

„Pentru Euro Vial Lighting, prioritatea este să ne folosim experiența, portofoliul și infrastructura pentru a susține aceste investiții la nivel național. Piața energiei trece printr-o perioadă importantă de transformare, iar noi vrem să fim parte activă din această dezvoltare", este de părere dl. Virgil Lixandru.

Distribuția de energie a devenit, de altfel, o direcție importantă pentru Euro Vial Lighting, care este astăzi activă la nivel național în acest segment. Compania este implicată în proiecte de infrastructură energetică, inclusiv în lucrări complexe de modernizare a stațiilor electrice, unde contribuie prin furnizarea de echipamente și materiale electrice, precum și prin suport tehnic specializat.

În paralel, compania are o prezență importantă în proiecte de energie verde, în special parcuri fotovoltaice, dar și în industrie, retail, proiecte rezidențiale și sectorul public.

Euro Vial Lighting are în derulare mai multe proiecte de parcuri fotovoltaice, pentru care furnizează echipamente și materiale electrice

Un portofoliu de peste 250.000 de referințe

Diversitatea proiectelor este susținută de un portofoliu care depășește 250.000 de referințe și care include materiale electrice și soluții de iluminat, automatizări, smart home, stații de încărcare și soluții pentru energie verde.

Gestionarea unui portofoliu atât de extins pornește, înainte de toate, de la nevoile clienților. Euro Vial Lighting are o bază importantă de clienți din zona industrială, unde proiectele presupun frecvent cerințe tehnice complexe, volume mari și nevoia de continuitate în aprovizionare.

În astfel de proiecte, capacitatea de a pune la dispoziție rapid produsele potrivite și de a oferi suport tehnic este esențială. Compania urmărește permanent evoluția cererii și lucrează îndeaproape atât cu echipele de vânzări, cât și cu producătorii din portofoliu.

Relațiile de lungă durată cu branduri importante din industrie oferă acces la tehnologii și generații noi de produse, iar selecția noilor game ține de relevanța acestora pentru proiectele și aplicațiile în care sunt utilizate.

„Această diversitate ne reprezintă foarte bine și demonstrează capacitatea noastră de a răspunde unor cerințe și niveluri de complexitate diferite", este perspectiva companiei. Ne dorim ca portofoliul Euro Vial Lighting să evolueze odată cu nevoile clienților noștri, în special în zonele industriale și tehnice, unde vedem un potențial important de dezvoltare", mai spune dl. Lixandru.

Gestionarea unui portofoliu atât de extins pornește, înainte de toate, de la nevoile clienților

Importanța componentei de consultanță tehnică

Schimbarea criteriilor după care clienții aleg produsele a crescut și importanța componentei de consultanță tehnică. Prețul rămâne un criteriu important, însă clienții sunt tot mai atenți la calitate, disponibilitate, eficiență și, mai ales, la alegerea produsului potrivit pentru aplicația lor.

Astfel, experiența echipei devine un element important în relația cu partenerii. Specialiștii Euro Vial Lighting pot înțelege cerințele unui proiect și pot ajuta clientul să identifice soluția potrivită dintr-un portofoliu foarte larg.

„Credem că aici se face diferența: nu doar să livrezi un produs, ci să oferi clientului suportul și expertiza de care are nevoie pentru a face alegerea corectă", subliniază proprietarul Euro Vial Lighting.

În ceea ce privește proiectele în care Euro Vial Lighting este implicată, în ultimii ani, compania a participat la proiecte din segmente diverse – infrastructură energetică, parcuri fotovoltaice, industrie, retail, proiecte rezidențiale sau sectorul public.

Pentru perioada următoare, compania nu își propune să se concentreze exclusiv pe un anumit tip de proiect, ci să fie prezentă acolo unde există investiții și proiecte relevante, punând la dispoziție produsele potrivite, disponibilitatea, suportul tehnic și experiența acumulată în cei 30 de ani de activitate.

Prețul rămâne un criteriu important, însă clienții sunt tot mai atenți la calitate, disponibilitate, eficiență

Un an de consolidare și dezvoltare

Direcțiile de dezvoltare din ultimii ani au contribuit la consolidarea activității Euro Vial Lighting, însă compania privește evoluția printr-o perspectivă mai largă decât cea a cifrei de afaceri.

Ținta de 20 de milioane de euro anunțată în 2025 rămâne un obiectiv important, iar compania consideră că direcția în care evoluează poate susține atingerea acestuia. Creșterea este urmărită însă ca un proces susținut și sănătos pe termen lung.

„Nu urmărim însă creșterea doar din perspectiva unei cifre, ci ne dorim ca ea să fie susținută și sănătoasă pe termen lung" – dl. Virgil Lixandru.

Ultimul an a fost unul de consolidare și dezvoltare, atât din perspectiva volumului de activitate, cât și a proiectelor în care Euro Vial Lighting este implicată. Printre principalele motoare ale acestei evoluții se numără extinderea activității în zona industrială și energetică, dezvoltarea rețelei și investițiile în digitalizare, care permit companiei să susțină un business tot mai complex.

Ținta de 20 de milioane de euro anunțată în 2025 rămâne un obiectiv important

Oportunitate și responsabilitate

Evoluția este privită și în contextul mai larg al investițiilor care au loc în România. Modernizarea infrastructurii, dezvoltarea industriei și investițiile din zona energetică creează noi proiecte și nevoi, iar pentru Euro Vial Lighting acest context înseamnă atât oportunitate, cât și responsabilitatea de a fi pregătită să răspundă unor cerințe în continuă schimbare.

Pentru Euro Vial Lighting, următoarea etapă înseamnă, astfel, continuarea investițiilor în digitalizare și infrastructură, dezvoltarea prezenței naționale, consolidarea activității în zona energetică și industrială și construirea unui ecosistem în care tehnologia și expertiza echipei să lucreze împreună. La trei decenii de la înființare, compania își propune să își folosească experiența și infrastructura pentru a susține proiectele unei piețe aflate într-un proces amplu de transformare.

„După 30 de ani de activitate, avem experiența, infrastructura, portofoliul și acoperirea națională necesare pentru a susține proiecte de anvergură. Ne dorim să creștem odată cu industria și cu partenerii noștri și să contribuim, prin ceea ce știm să facem, la investițiile și proiectele care vor modela următoarea etapă de dezvoltare a României", concluzionează dl. Virgil Lixandru, fondatorul si proprietarul companiei Euro Vial Lighting.

RETAIL

DE 15 ANI U
PENTRU FAMIL

KREDIANIS,
N PARTENER DE ÎNCREDERE
LIILE ȘI AFACERILE DIN ZONĂ

COMPANIA A EVOLUAT DE LA UN BUSINESS LOCAL, DE DIMENSIUNI MAI MICI,

la o companie cu mai multe linii de activitate și canale de vânzare

KREDIANIS a trecut, în cei 15 ani de activitate, de la etapa de construire a businessului la consolidarea unui model de retail adaptat atât consumatorului final, cât și segmentului B2B. Evoluția companiei reflectă, în același timp, transformările prin care a trecut piața de retail în ultimul deceniu și jumătate: schimbarea comportamentului de consum și nevoia de a răspunde tot mai eficient unor clienți cu așteptări diferite.

Astăzi, prin rețeaua de magazine și abordarea dual B2C și B2B, KREDIANIS își consolidează poziționarea într-o piață competitivă, în care proximitatea față de client, flexibilitatea și capacitatea de adaptare devin tot mai importante. Aniversarea celor 15 ani oferă, astfel, ocazia unei priviri atât asupra parcursului de până acum, cât și asupra direcției în care compania își propune să evolueze.

Pentru a înțelege mai bine această evoluție, de la primele etape ale businessului până la poziționarea actuală și planurile pentru următorii ani, am discutat cu dl. Eduard Sîrbu, Directorul Executiv al companiei, despre principalele momente care au definit dezvoltarea KREDIANIS, precum și despre provocările și oportunitățile care se conturează în retail.

Jurnalul de Afaceri: KREDIANIS marchează anul acesta 15 ani de activitate. Care au fost cele mai importante etape din evoluția companiei și cum arată businessul astăzi față de primii ani?

Eduard Sîrbu: „În cei 15 ani, KREDIANIS a trecut printr-o transformare importantă: de la un business local, de dimensiuni mai mici, la o companie cu mai multe linii de activitate și canale de vânzare.

Un moment esențial a fost orientarea către modelul B2C, prin dezvoltarea formatului de supermarket. Am ales un model bazat pe prețuri mai mici și volume mai mari, prin care să le oferim clienților acces la o gamă variată de produse la prețuri competitive. Un alt pas important a fost extinderea activității în orașul Vaslui, care ne-a permis să ajungem la mai mulți clienți și să ne consolidăm prezența în zonă.

Pe măsură ce compania s-a dezvoltat, am adăugat și alte direcții de business. Astăzi, KREDIANIS activează atât în B2C, prin supermarketuri, cât și în B2B, prin vânzarea en-gros și distribuție. Am dezvoltat și activitatea de producție prin carmangerie, precum și zona de restaurant, prin grill.

Față de primii ani, businessul nostru este astăzi mai diversificat și mai complex. Avem mai multe canale prin care ajungem la clienți și mai multe activități care se completează reciproc. Evoluția aceasta a venit treptat, prin adaptare și prin dorința de a răspunde cât mai bine nevoilor clienților din comunitățile în care activăm".

J.A.: Cum s-au schimbat nevoile și comportamentul clienților în ultimii 15 ani și cum s-a adaptat KREDIANIS? Care sunt principalele lecții pe care le-ați învățat în acești ani și pe care le folosiți astăzi în deciziile de business?

E.S.: „În ultimii ani, am observat că prețul a devenit un criteriu tot mai important pentru clienți. În contextul economic al țării, oamenii sunt mai atenți la cheltuieli și caută soluții prin care să economisească. De aceea, am urmărit să le oferim prețuri competitive și să construim o ofertă care să îi ajute să-și gestioneze mai bine bugetul.

Am observat și că timpul clienților este tot mai limitat. Oamenii vor să găsească, într-un singur loc, cât mai multe dintre produsele de care au nevoie, fără să fie nevoiți să meargă în mai multe magazine. Din acest motiv, am încercat să extindem gama de produse și să dezvoltăm locațiile astfel încât cumpărăturile să fie cât mai complete și mai ușor de făcut.

Una dintre lecțiile importante pe care le-am învățat este că trebuie să fim atenți la felul în care se schimbă prioritățile oamenilor. Nu este suficient să ai produse la vânzare; trebuie să înțelegi ce caută clienții, ce îi ajută să economisească și cum le poți face experiența de cumpărare mai simplă. Aceste lucruri ne ghidează și astăzi în deciziile de business”.

J.A.: Cum a evoluat KREDIANIS în ultimii ani, din perspectiva vânzărilor, numărului de clienți și a rețelei? Care au fost principalii factori care au susținut creșterea recentă?

E.S.: „În ultimii ani, KREDIANIS a crescut atât prin extinderea rețelei de magazine, cât și prin dezvoltarea activităților B2B, a distribuției și a celorlalte linii de business. Astăzi avem patru supermarketuri: trei în Bârlad – Tecuciului, Primăverii și Popa Șapcă – și unul în Vaslui. Rețeaua de magazine face parte dintr-un business mai larg, care cuprinde și vânzarea en-gros, distribuția, producția prin carmangerie și activitatea de grill.

Evoluția se vede și în cifra de afaceri. Potrivit datelor financiare publice, aceasta a crescut de la aproximativ 112,6 milioane de lei în 2022, la 139,7 milioane în 2023, 165,6 milioane în 2024 și 267,4 milioane în 2025. Asta înseamnă o creștere de aproximativ 61% în 2025 față de anul precedent.

Creșterea a fost susținută de extinderea în Vaslui, de dezvoltarea formatului de supermarket și de diversificarea activității. Am construit un model care se adresează atât clienților persoane fizice, prin B2C, cât și firmelor, prin B2B și distribuție. În același timp, am urmărit să oferim prețuri competitive și o gamă cât mai completă, astfel încât clienții să găsească în locațiile noastre mai multe dintre produsele de care au nevoie”.

J.A.: Câte magazine are în prezent KREDIANIS, cum se împart între B2B și B2C și cum vedeți evoluția acestei rețele în următorii ani? Care sunt criteriile după care alegeți orașele și locațiile pentru extindere?

E.S.: „În prezent, avem patru supermarketuri dedicate clienților persoane fizice: trei în Bârlad și unul în Vaslui. Pe lângă rețeaua B2C, dezvoltăm activitatea B2B prin depozitele en-gros din Bârlad și Vaslui și prin distribuția către clienți persoane juridice. Așadar, cele patru supermarketuri reprezintă rețeaua noastră de retail, iar activitatea B2B funcționează prin canale dedicate firmelor și comercianților.

Pentru perioada următoare, ne dorim să dezvoltăm rețeaua în mod echilibrat și să alegem locații în care putem răspunde unei cereri reale. La extindere, trebuie să ținem cont de potențialul zonei, de profilul clienților, de accesibilitatea și vizibilitatea spațiului, de concurență și de capacitatea noastră de a susține activitatea".

J.A.: Cum arată astăzi portofoliul KREDIANIS și cum s-a modificat acesta față de acum 5 sau 10 ani? Care sunt în prezent cele mai importante categorii de produse și servicii pentru companie?

E.S.: „În ultimii ani, portofoliul și varietatea produselor oferite de KREDIANIS au crescut cu peste 40%. Am urmărit să le oferim clienților o gamă mai largă și mai completă, care să răspundă nevoilor lor de cumpărare în locațiile noastre.

O schimbare importantă a fost introducerea fructelor și legumelor proaspete în toate magazinele. Am dezvoltat și categoria de carne proaspătă, procesată în carmangeriile proprii. În plus, preparăm produse după rețete proprii și dezvoltăm brandul La Fofleanca Gospodarul.

Astfel, portofoliul nostru nu înseamnă doar mai multe produse la raft, ci și o ofertă mai diversă, cu produse proaspete și preparate proprii. Aceste categorii ne permit să le oferim clienților mai multe motive să găsească într-un singur loc ceea ce au nevoie".

J.A.: Care au fost cele mai importante investiții realizate recent și în ce direcții au mers? Ce cuprinde planul investițional pentru următoarea perioadă?

E.S.: „În perioada recentă, investițiile noastre au urmărit atât dezvoltarea noilor locații, cât și îmbunătățirea aspectului și a experienței oferite clienților. Am investit, de asemenea, în soluții de digitalizare a proceselor interne, pentru a lucra mai eficient și pentru a susține activitatea unei companii care s-a diversificat și a crescut.

În continuare, ne vom concentra investițiile în mai multe direcții. Una dintre ele este extinderea depozitului logistic central din comuna Zorleni, lângă Bârlad, astfel încât să susțină mai bine aprovizionarea și dezvoltarea activităților noastre. Ne propunem să dezvoltăm și zona HoReCa, iar pentru Bârlad avem în vedere un supermarket dedicat produselor pentru casă.

Aceste investiții reflectă dorința noastră de a dezvolta infrastructura companiei și de a răspunde unor nevoi diferite ale clienților, prin formate și servicii adaptate acestor nevoi”.

J.A.: Câți angajați are în prezent KREDIANIS și cum a evoluat echipa în ultimii ani?

E.S.: „KREDIANIS are aproximativ 300 de angajați. Pe măsură ce activitatea se extinde, devine tot mai important să avem oameni bine pregătiți și procese clare. Dezvoltarea unei afaceri de retail și distribuție depinde de munca echipelor din magazine, depozite, transport, achiziții și din structurile de suport.

Cred că oamenii buni rămân într-o companie atunci când știu ce se așteaptă de la ei, primesc sprijin în activitatea lor și văd că munca lor contează. De asemenea, încurajăm foarte mult dezvoltarea și susținerea oamenilor din interior".

J.A.: Cum a evoluat cifra de afaceri a KREDIANIS în ultimii ani și ce estimări aveți pentru anul în curs? Care sunt principalii indicatori pe care îi urmăriți pentru a evalua performanța companiei?

E.S.: „Cifra de afaceri este în creștere dar, nu aș rezuma performanța companiei doar la cifra de afaceri. Urmărim vânzările și marjele, dar și indicatori care ne arată cât de sănătoasă este activitatea: disponibilitatea produselor, pierderile din inventar și perisabilități, nivelul stocurilor și performanța fiecărui punct de lucru.

În funcție de specificul activității, analizăm și pragul de rentabilitate al magazinelor, evoluția clienților B2B și rezultatele agenților de vânzări. Pe anul 2026 vom trece probabil de 300 mil. RON".

J.A.: Care sunt cele mai importante direcții strategice pentru perioada următoare? Ce pondere va avea extinderea fizică versus dezvoltarea canalelor digitale?

E.S.: „În perioada următoare, ne vom concentra în principal pe canalele fizice de vânzare și pe dezvoltarea capacităților proprii de producție. Ne dorim să extindem linia de produse din carne proaspătă și preparate din carne și să dezvoltăm portofoliul de produse marcă proprie.

Urmărim și deschiderea unor noi locații, acolo unde există potențial și unde putem susține dezvoltarea pe termen lung. În paralel, vrem să structurăm mai eficient procesele interne, astfel încât extinderea companiei să fie susținută de o organizare potrivită.

Așadar, în etapa următoare, accentul va fi pus pe dezvoltarea fizică a rețelei, a producției și a mărcilor proprii. Instrumentele digitale vor continua să ne ajute să eficientizăm procesele, însă dezvoltarea unui canal online de vânzare nu reprezintă acum o prioritate".

J.A.: Dacă ar fi să transmiteți un singur mesaj despre KREDIANIS la 15 ani și despre următorii 15 ani, care ar fi acesta?

E.S.: „KREDIANIS a crescut alături de comunitatea din care face parte. În acești 15 ani am construit o afacere diversă, cu magazine, distribuție și activitate en-gros, dar și cu o echipă numeroasă în spate. Le mulțumim clienților, angajaților și partenerilor care au fost parte din acest drum.

Pentru următorii 15 ani, ne dorim să continuăm să creștem cu responsabilitate, să rămânem aproape de clienți și să dezvoltăm KREDIANIS astfel încât să fie un partener de încredere pentru familii și pentru afacerile din zonă".

ASOCIAȚII

INTERNAȚIONA

ROLUL ASOCIAȚIILOR ÎN ALIZAREA BUSINESS-URILOR

ÎNTR-O ECONOMIE GLOBALĂ, APARTENENȚA LA O ASOCIAȚI

nu mai trebuie privită doar ca o formă de reprezentare profesională

Internaționalizarea unei companii nu mai reprezintă de mult timp doar o etapă rezervată marilor corporații. Digitalizarea, dezvoltarea comerțului electronic, integrarea economică și accesul mai facil la informații au făcut ca tot mai multe companii mici și mijlocii să ia în calcul extinderea pe piețe externe. Cu toate acestea, trecerea de la o afacere orientată predominant către piața locală la una capabilă să concureze internațional presupune mult mai mult decât identificarea unor clienți din alte țări.

GLOBAL MARKET REGULATIONS: COMPLIANCE & STRATEGY
Compliance Benchmarks 2024
EU
APAC
Americas
Key Regulatory Hubs
Tariff Impacts
Data Privacy Rules
Data Privacy Rules
1. Understanding Regional Frameworks (GDPR, UK GDPR)
2. Cross-Border Compliance Challenges
3. Strategic Adaptation & Risk Management
COMPLIANCE
CHECKLIST

Prin rețelele pe care le dezvoltă, evenimentele pe care le organizează și accesul la expertiză pe care îl facilitează, asociațiile pot contribui la reducerea riscurilor și la crearea unor oportunități concrete pentru firmele interesate de piețele externe.

Extinderea într-o altă țară presupune o schimbare importantă de perspectivă

De ce internaționalizarea este dificilă pentru companii

Extinderea într-o altă țară presupune o schimbare importantă de perspectivă. O companie care are succes pe piața locală nu poate presupune automat că același model va funcționa fără modificări într-o altă economie. Comportamentul consumatorilor poate fi diferit, structura concurenței se poate schimba, iar cerințele legislative și fiscale pot fi semnificativ mai complexe.

Pentru o companie antreprenorială, costurile asociate intrării pe o piață nouă pot fi considerabile. Este nevoie de cercetare de piață, consultanță juridică și fiscală, identificarea unor distribuitori sau parteneri locali și, în anumite situații, de investiții în promovare, logistică sau infrastructură.

Există și o componentă culturală care nu trebuie ignorată. Modul în care se negociază, se construiesc relațiile comerciale sau se comunică într-o anumită țară poate fi diferit de cel familiar antreprenorului român. Chiar și atunci când există cerere pentru un produs, lipsa unei înțelegeri corecte a pieței poate transforma o oportunitate într-o pierdere.

În acest punct intervine valoarea unei rețele profesionale. O asociație poate conecta compania cu oameni și organizații care cunosc deja piața respectivă, oferind acces la experiență și informații care ar fi mult mai greu de obținut individual.

Asociațiile, sursă de expertiză

Una dintre cele mai importante contribuții ale asociațiilor la internaționalizarea businessului este facilitarea accesului la informație. Pentru o companie care analizează intrarea într-o anumită țară, informațiile generale disponibile pe internet nu sunt întotdeauna suficiente.

Antreprenorul are nevoie să înțeleagă care sunt tendințele sectorului, cine sunt principalii competitori, ce modele de distribuție funcționează, care sunt cerințele legislative și unde există oportunități reale. Asociațiile pot centraliza și transmite astfel de informații prin studii, rapoarte, conferințe, seminare sau întâlniri cu specialiști.

În plus, organizațiile profesionale au adesea acces la experiențele membrilor lor. O companie care a intrat deja pe o anumită piață poate împărtăși lecțiile învățate, dificultățile întâlnite și soluțiile identificate. Pentru un antreprenor aflat la început de drum, această experiență poate avea o valoare foarte mare.

Internaționalizarea presupune, în primul rând, construirea unor relații

Rețelele de business pot deschide uși pe piețe noi

Internaționalizarea presupune, în primul rând, construirea unor relații. Un produs competitiv nu garantează succesul dacă firma nu găsește partenerii potriviți pentru distribuție, producție, logistică sau promovare.

Asociațiile pot avea un rol important tocmai prin rețelele pe care le construiesc. Participarea la conferințe, misiuni economice, târguri, întâlniri B2B și evenimente internaționale poate pune companiile față în față cu potențiali clienți și parteneri.

Pentru o firmă mică, accesul la astfel de contacte poate fi dificil în mod individual. Prezența într-o delegație organizată de o asociație oferă însă un cadru mai sigur și mai profesionist pentru primele discuții. Mai mult, faptul că o companie este prezentată în cadrul unei comunități de business poate contribui la creșterea nivelului de încredere.

În relațiile internaționale, reputația contează foarte mult. Un partener care nu cunoaște o companie românească poate fi mai deschis către o discuție atunci când aceasta este recomandată sau prezentată prin intermediul unei organizații recunoscute.

Misiunile economice și târgurile internaționale

Prezența fizică pe piețele externe rămâne relevantă chiar și într-o economie puternic digitalizată. Site-urile, platformele B2B și întâlnirile online pot facilita primele contacte, dar relațiile comerciale importante sunt construite adesea prin interacțiuni directe.

Asociațiile pot contribui la participarea companiilor la târguri și expoziții internaționale, unde firmele au posibilitatea să își prezinte produsele și să observe direct evoluțiile din industrie. Pentru companiile care nu au mai activat în exterior, aceste evenimente pot reprezenta o primă etapă de testare a unei piețe.

O misiune economică poate avea o valoare suplimentară prin selecția întâlnirilor și a interlocutorilor. În locul unei participări individuale, în care compania trebuie să construiască de la zero toate contactele, o organizație poate facilita întâlniri cu potențiali parteneri, camere de comerț, reprezentanți ai unor companii sau instituții locale.

Accesul la finanțare

Un alt obstacol pentru companiile care vor să se extindă este finanțarea. Intrarea pe o piață nouă poate presupune investiții în producție, certificări, marketing, logistică, personal sau dezvoltarea unor noi produse.

Asociațiile pot avea un rol important în informarea membrilor cu privire la programele de finanțare disponibile, atât la nivel național, cât și european. De asemenea, pot facilita întâlniri cu instituții financiare, consultanți sau organizații care gestionează programe de sprijin pentru companii.

Mai important este însă faptul că o asociație poate ajuta antreprenorii să înțeleagă mai bine mecanismele prin care pot obține finanțare. Informația despre existența unui program nu este suficientă dacă firma nu știe care sunt criteriile, ce tip de investiții sunt eligibile și cum trebuie pregătit proiectul.

Organizațiile de business pot reduce una dintre barierele importante în calea extinderii internaționale

Standardele și certificările

Pentru numeroase industrii, internaționalizarea presupune respectarea unor standarde și obținerea unor certificări. Aceste cerințe pot fi esențiale pentru accesul la anumite lanțuri de aprovizionare sau pentru colaborarea cu parteneri internaționali.

O companie poate avea un produs competitiv, dar poate pierde o oportunitate comercială dacă nu îndeplinește standardele solicitate de client. În acest context, asociațiile pot contribui prin informare, programe de formare și conectarea companiilor cu specialiști.

Rolul lor este cu atât mai important în sectoarele în care reglementările se schimbă frecvent. Pentru o firmă de dimensiuni reduse, urmărirea tuturor modificărilor legislative din mai multe țări poate reprezenta o sarcină dificilă.

Prin intermediul comunităților profesionale, companiile pot primi mai rapid informații despre schimbările care le pot afecta activitatea și își pot adapta strategiile înainte ca acestea să devină o problemă comercială.

Asociațiile nu au doar un rol economic direct, ci și unul de reprezentare. Atunci când mai multe companii dintr-un sector se confruntă cu aceleași probleme, organizațiile care le reprezintă pot transmite aceste preocupări către autorități și instituții.

Acest lucru poate deveni relevant în cazul barierelor comerciale, al procedurilor vamale, al reglementărilor sau al unor diferențe legislative care îngreunează accesul pe piețe externe.

Transferul de know-how între companii

Unul dintre cele mai valoroase beneficii ale apartenenței la o asociație este posibilitatea de a învăța din experiența altor companii. Internaționalizarea nu este un proces în care succesul poate fi garantat printr-o singură rețetă. Fiecare industrie și fiecare piață are particularitățile sale.

O companie care a trecut deja prin procesul de extindere poate oferi informații practice despre alegerea partenerilor, negocierea contractelor, adaptarea produselor sau gestionarea logisticii. Aceste lecții pot ajuta alte firme să evite greșeli costisitoare.

În același timp, schimbul de experiență poate stimula colaborarea între companii. Două firme care activează în domenii complementare pot identifica împreună oportunități externe pe care nu le-ar fi putut exploata individual.

Prin urmare, într-o economie globală, apartenența la o asociație nu mai trebuie privită doar ca o formă de reprezentare profesională. Pentru o companie care urmărește creșterea internațională, o astfel de apartenență poate

Schimbul de experiență poate stimula colaborarea între companii

deveni o resursă strategică. Valoarea reală apare atunci când organizația reușește să transforme comunitatea într-o rețea activă, în care informația circulă, companiile se conectează, iar oportunitățile comerciale sunt identificate și dezvoltate.

CELE MAI IMP
VOR I

IT&C

PORTANTE TEHNOLOGII CARE
NFLUENȚA BUSINESSUL

TEHNOLOGIILE CARE VOR INFLUENȚA BUSINESSUL ÎN URMĂTORII ANI SUNT NUMERO

însă adevărata provocare pentru companii nu este să adopte cât m multe dintre ele

Tehnologia a devenit unul dintre principalii factori care influențează modul în care companiile își construiesc strategiile, își gestionează angajații, relația cu clienții și procesele interne. Dacă în trecut digitalizarea era privită în special ca o modalitate de eficientizare a activităților, în următorii ani tehnologiile emergente vor avea un rol mult mai profund. Ele vor modifica modele de business, vor crea piețe noi și vor schimba inclusiv modul în care companiile iau decizii.

DASE,

nai

Pentru companii, provocarea nu va fi doar să adopte tehnologii noi, ci să înțeleagă unde acestea pot produce valoare reală și cum pot fi integrate în strategia de dezvoltare.

Inteligența artificială va fi probabil tehnologia cu cea mai mare influență asupra mediului de afaceri în următorii ani

Inteligența artificială va deveni infrastructură pentru business

Inteligența artificială va fi probabil tehnologia cu cea mai mare influență asupra mediului de afaceri în următorii ani. De la instrumente generative care produc texte, imagini și cod până la sisteme capabile să analizeze volume uriașe de informații, AI-ul va fi integrat în tot mai multe procese.

Companiile vor utiliza inteligența artificială pentru analiza datelor, prognoza cererii, identificarea riscurilor, automatizarea relației cu clienții și optimizarea operațiunilor. În marketing, algoritmii pot analiza comportamentul consumatorilor și pot contribui la personalizarea ofertelor. În finanțe, AI-ul poate identifica tipare și anomalii care ar putea indica fraude sau probleme de cash-flow.

O schimbare importantă va fi trecerea de la utilizarea unor aplicații AI izolate la integrarea inteligenței artificiale în infrastructura generală a companiei. Sistemele de management, platformele de vânzări, aplicațiile de resurse umane și instrumentele financiare vor incorpora tot mai multe funcții bazate pe AI.

Agenții AI vor schimba modul în care este organizată munca

O evoluție importantă este reprezentată de apariția agenților inteligenți capabili nu doar să ofere răspunsuri, ci să execute sarcini și să coordoneze procese. Aceștia pot primi un obiectiv, pot analiza informații, pot utiliza aplicații și pot realiza o succesiune de acțiuni cu intervenție umană limitată.

Într-o companie, un agent AI ar putea analiza cererile venite de la clienți, verifica disponibilitatea produselor, pregăti o ofertă și transmite informațiile către departamentul responsabil. În zona financiară, astfel de sisteme ar putea monitoriza anumite indicatori și semnala automat abaterile.

Automatizarea inteligentă va depăși procesele repetitive

Automatizarea nu este un concept nou pentru mediul de afaceri, însă combinația dintre robotic process automation, inteligență artificială și analiza datelor va transforma semnificativ această zonă.

Procese care necesitau până acum intervenția mai multor angajați vor putea fi executate automat, inclusiv atunci când presupun analizarea unor documente sau luarea unor decizii pe baza unor criterii prestabilite.

În contabilitate, de exemplu, sistemele pot extrage informații din documente și pot clasifica tranzacții. În logistică, algoritmii pot optimiza traseele și nivelul stocurilor. În producție, automatizarea poate contribui la identificarea rapidă a problemelor de calitate.

Pentru companii, avantajul nu va fi doar reducerea costurilor. Automatizarea poate crește viteza operațiunilor și poate diminua numărul erorilor, oferind angajaților posibilitatea de a se concentra asupra unor activități cu valoare adăugată mai mare.

Cloud-ul va deveni baza infrastructurii digitale

Cloud computing-ul va continua să reprezinte fundația transformării digitale. Companiile vor utiliza tot mai mult infrastructuri flexibile, care permit accesarea resurselor informatice fără investiții masive în echipamente proprii.

Avantajul principal este flexibilitatea. O companie poate crește sau reduce resursele utilizate în funcție de necesități, ceea ce este dificil de realizat într-o infrastructură IT tradițională.

În plus, cloud-ul facilitează colaborarea între echipe, accesul la aplicații și integrarea unor tehnologii precum inteligența artificială și analiza avansată a datelor.

În următorii ani, accentul se va muta însă de la simpla migrare în cloud către optimizarea utilizării acestuia. Companiile vor fi preocupate de costuri, securitate, performanță și alegerea combinației potrivite între infrastructuri publice, private și hibride.

Cloud-ul facilitează colaborarea între echipe, accesul la aplicații și integrarea unor tehnologii precum inteligența artificială și analiza avansată a datelor

Analiza predictivă va avea aplicații în aproape toate industriile

Datele, cele mai importante active

În economia digitală, datele sunt esențiale pentru luarea deciziilor. O companie care dispune de informații corecte și actualizate despre clienți, furnizori, operațiuni și piață poate lua decizii mai rapide și mai bine fundamentate.

Tehnologiile de analiză a datelor vor evolua astfel încât informațiile să poată fi transformate în recomandări și predicții. Nu va mai fi suficient ca managerii să știe ce s-a întâmplat în trecut. Ei vor avea nevoie să înțeleagă ce s-ar putea întâmpla și care sunt cele mai bune acțiuni posibile.

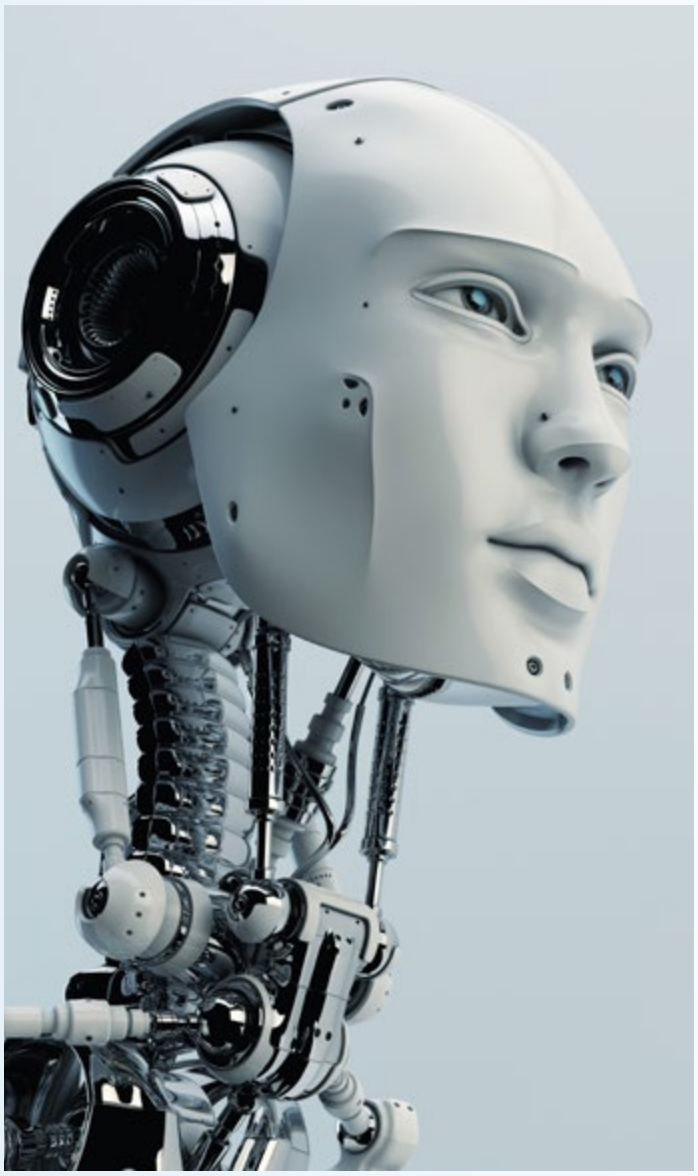
Analiza predictivă va avea aplicații în aproape toate industriile. Retailerii vor putea estima cererea, producătorii vor putea anticipa necesarul de mentenanță, iar companiile de servicii vor putea identifica schimbările în comportamentul clienților.

Internetul lucrurilor va conecta lumea fizică la cea digitală

Internet of Things, cunoscut drept IoT, va avea un rol important în industrii precum producția, agricultura, transporturile, energia și logistica.

Senzorii conectați la internet pot transmite permanent informații despre utilaje, temperatură, consum de energie, locație sau condițiile de funcționare. Aceste date pot fi analizate în timp real pentru a identifica problemele și pentru a optimiza procesele.

În fabrici, IoT poate sta la baza fabricilor inteligente. Mașinile pot comunica între ele, iar sistemele de management pot primi informații în timp real despre producție. În agricultură, senzorii pot monitoriza umiditatea solului și condițiile meteorologice, contribuind la utilizarea mai eficientă a resurselor.



Robotica va transforma producția și logistica

Roboții nu vor mai fi limitați la liniile industriale tradiționale. Progresul inteligenței artificiale și al senzorilor le permite să opereze în medii mai complexe și să îndeplinească sarcini care necesită adaptare.

În depozite, roboții pot transporta produse, sorta colete și contribui la pregătirea comenzilor. În fabrici, roboții colaborativi pot lucra alături de oameni, preluând activități repetitive sau dificile din punct de vedere fizic.

Pe termen mai lung, combinația dintre robotică și AI ar putea schimba radical anumite activități din logistică, producție, agricultură și servicii.

Edge computing

Pe măsură ce numărul dispozitivelor conectate crește, trimiterea tuturor datelor către centre de date aflate la distanță poate deveni ineficientă. Edge computing presupune procesarea informațiilor cât mai aproape de sursa lor.

Această tehnologie este importantă pentru aplicațiile în care timpul de răspuns este esențial. Vehiculele autonome, fabricile inteligente, infrastructura energetică și anumite aplicații medicale au nevoie de procesarea rapidă a datelor.

Edge computing nu va înlocui cloud-ul, ci va completa infrastructura cloud

Blockchain-ul: aplicații dincolo de criptomonede

Blockchain-ul este asociat în continuare cu criptomonedele, însă tehnologia poate avea aplicații mai largi. Capacitatea de a crea registre distribuite și verificabile poate fi utilizată în domenii precum lanțurile de aprovizionare, identificarea digitală, certificarea produselor sau anumite operațiuni financiare.

În logistică, blockchain-ul poate contribui la trasabilitatea produselor și la verificarea etapelor prin care trece o marfă. În industriile unde autenticitatea și originea produselor sunt importante, registrele digitale pot oferi un nivel suplimentar de transparență.

Dezvoltarea acestor aplicații va depinde însă de costuri, standardizare, interoperabilitate și reglementare.

Calculul cuantic deschide o nouă etapă tehnologică

Calculul cuantic se află într-o etapă mai puțin matură decât inteligența artificială sau cloud computing-ul, însă potențialul său este considerabil. Computerele cuantice ar putea rezolva anumite probleme complexe care sunt dificil de abordat cu infrastructura convențională.

În business, domenii precum cercetarea farmaceutică, modelarea materialelor, optimizarea logistică și finanțele ar putea beneficia pe termen lung de această tehnologie.

Prin urmare, tehnologiile care vor influența businessul în următorii ani sunt numeroase, însă adevărata provocare pentru companii nu este să adopte cât mai multe dintre ele. Important va fi modul în care sunt integrate în procesele existente și în strategia generală. În acest nou context, avantajul competitiv va aparține companiilor care reușesc să combine tehnologia cu o bună înțelegere a pieței și cu investițiile în oameni.

JURNALUL DE AFACERI

Totul despre afacerile din România

Revistă dedicată mediului de afaceri românesc

www.JurnaluldeAfaceri.ro