

PAG. 54

SPECIAL: CUM REUȘEȘTI  
SĂ ZGUDUI LUMEA CHIAR DACĂ  
MERGI ÎN BASTON ȘI AI 100 DE ANI

PAG. 32

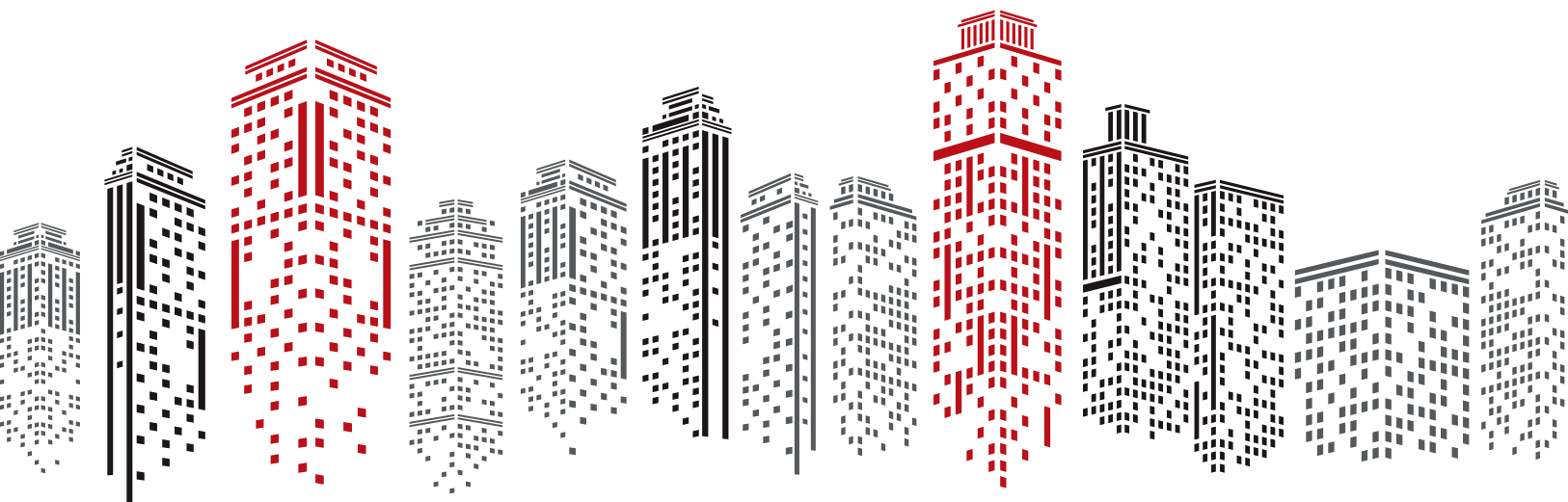
LEADERSHIP: ELISABETH STADLER -  
RADIOGRAFIA UNEI CARIERE DE 40 DE ANI  
ÎN ASIGURĂRI

# DIN BUSINESS COLISELE TRANZACTIEI CARE A PUS STOMATOLOGIA ÎN PRIM-PLAN. CE URMEAZĂ?

NR. 895 (25/2023)  
PREȚ: 19 LEI  
WWW.BMAG.RO  
PÂNĂ LA 09.07.2023



URMĂREȘTE ZF.RO/ZF-LIVE



# ZF.live

DE LUNI PÂNĂ VINERI, DE LA 12:00 LA 13:00, PE ZF.RO  
ȘI PE PAGINA DE FACEBOOK ZIARUL FINANCIAR

*Doar aici te întâlnești cu cei care  
contează în România: antreprenori,  
investitori și CEO*

Powered by



**Business**

## OPINIE

IOANA MATEI  
EDITOR, BUSINESS MAGAZIN



# „VIAȚA MERITĂ TRĂITĂ ÎN FIECARE SĂPTĂMÂNĂ ȘI ÎN FIECARE ZI, NU DOAR DUPĂ CE VOI OBTINE O ANUMITĂ POZIȚIE SAU DUPĂ CE VOI FACE O ANUMITĂ SUMĂ DE BANI PESTE TREI, CINCI, ZECE ANI”

„E ra un citat frumos care zicea că după douăzeci de ani, singurii care o să-și amintească că ai stat la program foarte mult o să fie copiii tăi. Din păcate, prin natura muncii noastre, întâlnim foarte mulți manageri care lucrează foarte mult, nu delegă, obosesc, slăbesc foarte mult sau se îngrașă foarte mult. Fie au alte probleme, își distrug relații și este păcat pentru că viața merită trăită în fiecare săptămână și în fiecare zi, nu doar după ce voi obține o anumită poziție sau după ce voi face o anumită sumă de bani peste trei, cinci, zece ani”, e unul dintre lucrurile pe care le-a spus în cadrul galei 100 TINERI MANAGERI DE TOP 2023 - AI Manager - Tânărul manager față în față cu inteligența artificială. Octavian Pantiș, trainer, speaker, autor și fondator al companiei de consultanță Qualians. El face parte din prima generație de tineri manageri de top din acest anuar, pe care noi l-am lansat în 2006, și, cu această ocazie, a fost unul dintre invitații speciali ai galei, alături de Bogdan Georgescu, care este acum cofondator al SOLO Fintech (în 2006, era CEO al companiei de consultanță Colliers, iar mai târziu a fondat și platforma Bookster). Chiar dacă au trecut 18 ani, iar economia României a evoluat semnificativ (drept dovadă PIB-ul, de exemplu, care este aproape triplu față de atunci), am trecut prin diverse crize cu brio, fie că vorbim despre cea financiară sau cea mai recentă, legată de COVID, iar clădirile din Pipera nu diferă cu mult de centrele corporatiste ale altor mari capitale europene, pare că încă mai avem de învățat când vine vorba de organizarea timpului – atât în cazul liderilor, cât și al angajaților. Când vine vorba de antreprenori, pare că lucrurile stau chiar mai rău – indiferent de etapa în care se află businessul lor, efectiv nu se pot deconecta de el și nu au cum să delege. La întâlnirile cu prietenii, când ajungem acolo, vorbim, de multe ori, tot despre muncă. Nu știu cum stăteau lucrurile în 2006, dar pare că acum să vorbești despre work-life balance este doar un moft sau un „nice to have” – sau mai mult, ajungi chiar să fii judecat și etichetat ca neimplicat la locul de muncă atunci când încerci să trasezi anumite limite. Având în vedere că un trainer precum Octavian Pantiș trebuie să ne reamintească în continuare că trebuie să trăim și că

lucrurile nu stau mai bine, ba chiar mai rău decât în urmă cu 18 ani, mă face să mă întreb dacă, odată cu dezvoltarea economică, nu avem o problemă din ce în ce mai mare la capitolul organizare și eficiență. Cred că este cumva firesc ca pentru o economie cu o istorie capitalistă de puțin peste 30 de ani lucrurile să nu fie la fel de așezate ca în Germania, dar mi-ar plăcea ca odată cu procedurile, trainingurile multinaționalelor, team buildingurile și alte programe importate și în multinaționalele românești, să dobândim cumva disciplina de a realiza mai multe lucruri în timpul programului, cât și organizarea necesară pentru a respecta timpul liber al colegilor noștri. Nu cred că acesta este doar un moft – am scris deja nenumărate texte pe tema scăderii natalității, iar goana continuă după evoluția profesională pare să fie unul dintre motivele acesteia. Colegul meu Cristian Hostiuc vorbește în acest număr despre scăderea fertilității în rândul tinerilor, cât și despre creșterea numărului de boli grave pentru ei – or, din păcate, și acestea pare că sunt consecințe ale unei goane puțin haotice pentru carieră. În niciun caz nu vă încurajez să renunțați la obiective și nu vă îndemn la neimplicare, ci, poate, la mai multă eficiență și colaborare. Acum am tot vorbit despre ChatGPT, AI-ul a fost și tema galei tinerilor manageri de top de anul acesta – poate folosim această oportunitate pentru a ne degreva de sarcinile care nu necesită prea multă creativitate (tot Octavian Pantiș spunea că ChatGPT este un soi de asistent personal pe care îl poate folosi oricine, iar cine îl folosește va deveni un lider mai puternic). M-a pus pe gânduri, recunosc, faptul că cei doi tineri manageri din prima ediție a catalogului au vorbit, la 18 ani distanță, mai puțin despre realizări profesionale și mai mult despre familie. Mă întreb ce vor aduce în prim-plan peste 10 ani tinerii care au urcat pe scenă la această ediție a galei. În orice caz, e musai să citiți „Musai list”, scrisă de invitatul nostru, la fel de actuală ca la lansarea acesteia și care vă reamintește că fiecare clipă trecută aduce cu sine provocarea celei care urmează, iar rolul nostru este să decidem cum alegem să petrecem timpul pe care îl avem la dispoziție. ■

  
ioana.matei@  
businessmagazin.ro

  
ioana\_luciana\_matei

## CE CITIM

3-9 IULIE 2023  
NR. 895



66 | EDITORIAL,  
CRISTIAN HOSTIU

Atenție la cafeaua pe care o bei dimineața din paharele din plastic și la caserolele din plastic cu mâncare de la birou. Riscați să rămâneți fără urmași

## BUSINESS

magazin

Săptămânal fondat  
în anul 2004

**ADRESA REDACȚIEI:**  
Strada Gheorghe Polizu, nr. 58-60,  
sector 1, București  
Telefon: 0318.256.218  
Fax: 0318.256.285

**ABONAMENTE  
ȘI RELAȚII CLIEȚI:**  
Camelia Botea

e-mail: camelia.botea@m.ro  
0318.256.259; 0318.256.112

[www.bmag.ro](http://www.bmag.ro)

**REDACȚIA:  
Redactor-șef:**  
Ioana Luciana Matei  
Ioana Mihai-Andrei  
(0318.256.217)

**Editor:** Andra Stroe

**Art director:** Camelia Iliescu  
**DTP:** Roxana Cărcior  
**Editor foto:** George Toader  
**Corectură:** Ovidiu Vitan

**DIRECTOR EDITORIAL:**  
Cristian Hostiu  
(0318.256.282)

**PUBLISHER:**  
Alexandru Matei  
(0318.256.286)

**MARKETING:  
Brand manager:**  
Cristina Vrânceanu  
cristina.vranceanu@m.ro

**SALES:**  
Livia Flăcău  
livia.flacau@m.ro  
Cristina Ivanovici  
cristina.ivanovici@m.ro

**TRAFFIC MANAGER:**  
Daniela Gugiu  
daniela.gugiu@m.ro

**PRELUCRARE IMAGINE:**  
Iulian Popa

**PRODUCȚIE ȘI DISTRIBUȚIE:**  
Anamaria Ghețea  
(0318.256.272)  
anamaria.ghetea@m.ro

**TIPAR & PREPRESS:**  
Tel: 021.336.36.33;  
[www.artprint.ro](http://www.artprint.ro)

**REVISTĂ EDITATĂ DE:  
MEDIAMEX INVESTMENT SRL  
(0318.256.200)**

Business Magazin publică publicitate sub formă de machete, dar și formate speciale marcate cu „proiect special”, „advertorial”, „opinia specialistului”, „punct de vedere” sau „brand story”

© Drepturile de autor pentru imaginile publicate aparțin revistei sau surselor acreditate

ISSN 1584-7349

### ANTREPRENORI. AFACERI. IDEI

14 | **AFACERI DE LA ZERO:** De viță nobilă

16 | **REPORTAJ:** La granița dintre utopie și distopie

20 | **PROFIL DE INVESTITOR:**  
De la analiza datelor la decizii de investiții

24 | **TEHNOLOGIE:** Mallul online pentru modă circulară

### LEADERSHIP. HR. CORPORATE LIFE

28 | **TEHNOLOGIE:** IT-ul poartă mai des fustă

32 | **LEADERSHIP:** Radiografia unei cariere de 40 de ani în asigurări

36 | **100 TINERI MANAGERI DE TOP:** Liviu Herman, Tazz: „Indiferent de rolul pe care îl voi avea, cert e că voi fi în continuare înconjurat de oameni faini, așa cum sunt acum și cum am reușit să fiu de-a lungul întregii mele experiențe profesionale”

38 | **EXPAT ÎN ROMÂNIA:**  
„România îți intră în suflet și rămâne acolo”

42 | **HR:** O carieră sub umbrela protectoare a statului

### COVER STORY

48 | **DIN CULISELE TRANZACȚIEI CARE A PUS STOMATOLOGIA ÎN PRIM-PLAN. CE URMEAZĂ?**

### SPECIAL

54 | **CUM REUȘEȘTI SĂ ZGUDUI LUMEA CHIAR DACĂ MERGI ÎN BASTON ȘI AI 100 DE ANI**

### OUT-OF-OFFICE

58 | **LIFESTYLE:** Pe urmele vinului la 60 de metri adâncime

62 | **CAPITALIST:** Zhong Shanshan

54



# **BUSINESS** magazin **Meet** the **CEO**

**MARȚI, 4 IULIE**  
**ORA 17:00**

**Kuldeep  
Kaushik**  
CEO  
**NN România**

**Detalii și înregistrări:**

Claudia Mirt • [claudia.mirt@m.ro](mailto:claudia.mirt@m.ro) • 0729.194.149

Partener



# NEW(S) IN BUSINESS

PRINCIPALELE TITLURI DIN BUSINESS ÎN INTERVALUL 26-28 IUNIE

## CONSOLIDARE

### MEDICAMENTE ROMÂNEȘTI ÎN REGAT

Antibiotice Iași reconfirmă prezența în Marea Britanie adjudecând o nouă licitație pe cea mai mare piață europeană pentru produse antiinfecțioase din gama penicilinelor sterile injectabile, organizată de Autoritatea Națională de Sănătate. Contractul, în valoare de 5 mil. euro, se va derula pe o perioadă de doi ani (2023-2025) și vizează livrări lunare către spitalele din Regatul Unit a cinci peniciline betalactamice. În acest mod, compania consolidează cota de piață actuală care, în funcție de produs, este de 20% până la 50% din consumul național al Marii Britanii.

# 5

**mil. euro**, valoarea contractului câștigat de Antibiotice Iași pentru livrare de produse în Regatul Unit



AVEM REȚELE RAPIDE, ÎNREGISTRĂM RECORDURI LA VITEZA DE INTERNET, ÎNSĂ AVEM PESTE 10 MILIOANE DE ROMÂNI CARE NU AU ABILITĂȚI DIGITALE DE BAZĂ, IAR NEUTILIZAREA TEHNOLOGIEI ÎNSEAMNĂ LIMITAREA DEZVOLTĂRII PROFESIONALE, MAI PUȚINE ȘANSE PENTRU UN LOC DE MUNCĂ, O LIPSĂ DE INFORMARE CORESPUNZĂTOARE, LIPSA ACCESULUI LA BENEFICIILE PE CARE LE OFERĂ INTERNETUL ȘI LUMEA DIGITALĂ.

LIUDMILA CLIMOC, CEO al Orange România



# 234

**mld. lei**, cheltuielile bugetului de stat în primele cinci luni din an

# 17%

**creșterea** înregistrată de acestea față de aceeași perioadă din 2022

# 37

**mld. lei**, deficitul bugetar înregistrat în același interval (în creștere de la 21 mld. lei, în primele cinci luni din 2022)

## RESURSE

### UN „ȘANTIER” ATIPIC

NASA planifică să dezvolte resurse pe Lună, începând cu oxigenul și apa, urmând să se extindă ulterior la fier și pământuri rare. Agenția spațială americană are în vedere să înceapă mineritul pe Lună în 2032, într-un demers de a facilita explorarea spațiului, relatează Reuters. Gerald Sanders, cercetător la Centrul spațial Johnston al NASA, subliniază importanța dezvoltării accesului la aceste resurse pentru reducerea costurilor și dezvoltarea unei „economii circulare”. Sanders a declarat că NASA explorează în faza de investigație pentru a înțelege mai bine resursele disponibile și a reduce riscurile implicate în investițiile externe. NASA intenționează să facă „săpături de testare” pe Lună, prin intermediul unei sonde de foraj care va fi trimisă la sfârșitul lunii. Agenția spațială americană intenționează să trimită americani pe Lună în cadrul misiunii sale Artemis, inclusiv prima femeie și prima persoană de culoare, până în 2025, și să învețe din această misiune pentru a facilita o călătorie pe Marte.



## INVESTIȚIE PE MALUL DUNĂRII

**C**ompania belgiană Avesta Battery and Energy Engineering (ABEE) urmează să construiască la Galați o fabrică de baterii electrice pentru industria auto, în urma unei investiții totale de 1,4 miliarde de euro, spun oficialii Primăriei Galați, citați de Ziarul Financiar. Potrivit acestora, ABEE va dezvolta în România, în Zona Liberă Galați, proiectul ROMVOLT, o unitate de producție de celule pentru bateriile proiectate pentru mașini electrice. Datele furnizate de oficialii municipiului Galați arată că proiectul va genera în final aproape 8.000 de locuri de muncă. „Este o investiție majoră, de 1,4 miliarde de euro, pentru realizarea căreia s-a muncit destul de mult în ultima perioadă și care necesită eforturi și mai mari pentru a fi implementată. (...) Prin ridicarea fabricii de baterii pentru mașinile electrice vor fi create locuri de muncă pe care forța de lucru din zonă, bine pregătită, le aștepta cu interes”, a spus primarul municipiului Galați, Ionuț Pucleanu. ABEE a înregistrat deja în România subsidiara ABEE Rom-Volt. Potrivit oficialilor belgieni, fabrica de la Galați va avea o capacitate totală de producție de 22 GWh. ■

# 1,4

**mld. euro**, investiția în construirea fabricii de baterii electrice a ABEE la Galați



## AGRICULTURĂ

### NOI FINANȚĂRI PENTRU FERMIERII UE

Comisia Europeană a propus la începutul săptămânii trecute mobilizarea unei finanțări suplimentare pentru fermierii din UE afectați de fenomene climatice nefavorabile, de costurile ridicate ale factorilor de producție și de diverse aspecte legate de piață și de comerț, în valoare de 430 de milioane de euro. Noul pachet de sprijin va consta în 330 de milioane de euro pentru 22 de state membre. În plus, statele membre au aprobat ieri pachetul de sprijin în valoare de 100 de milioane de euro pentru fermierii din Bulgaria, Ungaria, Polonia, România și Slovacia, prezentat la 3 mai. O serie de alte măsuri, inclusiv posibilitatea unor plăți în avans mai mari, ar trebui să sprijine fermierii afectați de fenomene climatice nefavorabile, anunță Comisia Europeană. Țările pot completa acest sprijin din partea UE cu până la 200% din fonduri naționale.

## NEW(S) IN BUSINESS

PRINCIPALELE TITLURI DIN BUSINESS

# până la 5,0719 lei/euro

s-ar putea deprecia cursul în următoarele 12 luni,  
potrivit CFA România

### FINANȚE

#### PUTEREA LEULUI SLĂBEȘTE

Analiștii financiari din cadrul asociației CFA România estimează că leul se va deprecia până la un curs mediu de 5,0719 lei/euro în următoarele 12 luni, în timp ce rata anticipată a inflației va înregistra o valoare medie de 7,73%, cel mai scăzut nivel din martie 2022. Datele colectate de CFA în luna mai mai arată că, pentru orizontul de 6 luni, majoritatea analiștilor (85%) incluși în sondajul lunar anticipează un curs de 5,0146 lei/euro. Datele sondajului mai arată că deficitul bugetului de stat pentru anul 2023 a atins valoarea medie a anticipațiilor de 4,8%, în timp ce evoluția în termeni reali a PIB în anul 2023 este estimată la 2,7%, în scădere ușoară de la valoarea de 2,8% afișată în prognoza anterioară. Totodată, indicele ROBOR la 3 luni, folosit pentru calcularea dobânzilor variabile la creditele în lei contractate înainte de luna mai 2019, este preconizat să atingă 6,12% în următoarele 12 luni.

### NUMIRE



## MUTARE-SURPRIZĂ ÎN BANKINGUL LOCAL

**R**ăsvan Radu, cel care a condus din poziția de CEO Unicredit Bank România timp de 17 ani, va deveni consilier de strategie al Băncii Naționale, conform unor surse de pe piața bancară. Răsvan Radu și Mugur Isărescu sunt cei doi români membri ai Bilderberg, celebrul club al elitelor lumii unde se discută direcțiile politice, economice și, sociale de dezvoltare ale lumii. Răsvan Radu și-a început cariera în anii 90 la BCR, la Divizia Internațională, după care, în 2000, peste noapte, Mugur Isărescu, atunci prim-ministru, l-a trimis la CEC ca vicepreședinte. După CEC, a preluat rolul de vicepreședinte pe retail la Raiffeisen. În 2005 el a fost numit CEO la UniCredit România, grupul italian intrând pe piața românească prin preluarea DemirBank. La nivel internațional, Unicredit a cumpărat grupul austriac HVB-Bank Austria, care în România cumpărase Banca Țiriac. Astfel, Răsvan Radu a devenit CEO al întregii bănci, care a urcat în topul celor mai mari bănci din România. El și-a menținut această funcție până în 2023. ■

### FARMA

#### SE CAUTĂ FARMACIȘTI

Grupul Dr. Max România, din care fac parte cele 769 de farmacii Dr. Max și distribuitorul Mediplus, a ajuns la 8,9 miliarde de lei (circa 1,8 miliarde de euro) în 2022, după un avans de 26% față de anul anterior. Principala provocare din piața farmaceutică pentru companie rămâne în continuare resursa umană, atât din farmacii, cât și din depozitele de medicamente. „Similar cu anul anterior, insuficiența resurselor umane necesare operării lanțului de farmacii, în special în orașele medii și mici, unde nu se mai găsesc farmaciști și asistenți de farmacie, rămâne una din provocările pe care le avem. Aceeași provocare o întâlnim și la nivelul operării depozitelor, ceea ce ne-a determinat să ne extindem aria de căutare a personalului dincolo de granițele țării. Astfel, peste 100 de colegi din Nepal s-au alăturat echipei noastre”, au transmis reprezentanții Dr. Max România. În total, în grupul Dr. Max România lucrează circa 4.400 de oameni, dintre care cei mai mulți în farmacii, acolo unde inclusiv legea impune mai mulți angajați.



## REZULTAT

### AN RECORD, DAR FĂRĂ PROFIT

Discounterul german de modă și produse pentru casă Kik, intrat pe piața locală în urmă cu aproape cinci ani, a raportat pentru anul precedent o cifră de afaceri de peste 250 mil. lei, în creștere cu 36% față de 2021, potrivit datelor de la Ministerul de Finanțe. Anul 2022 a fost cel mai bun an al companiei din perspectiva cifrei de afaceri, dar și în ceea ce privește numărul de angajați, acesta fiind în creștere cu 30% față de 2021. Potrivit datelor publice, discounterul a creat anul trecut 134 noi locuri de muncă. Însă, compania nu a înregistrat profit în 2022, arată aceleași date. În cei aproape cinci ani de activitate pe piața din România, discounterul german a dezvoltat o rețea de 100 de magazine, ultimul fiind deschis la finalul anului trecut.



## INVESTIȚIE

# 7,5

**mil. euro**, investiția pentru noua fabrică de ambalaje biodegradabile din Hunedoara a Exonia Holding

### BANI PENTRU AMBALAJE

Producătorul de ambalaje biodegradabile Exonia Holding are în plan o investiție de 7,5 mil. euro pentru o fabrică în județul Hunedoara, finanțată parțial prin Mecanismul pentru Tranziție Justă, potrivit lui Tiberiu Stoian, CEO și acționar majoritar al Exonia Holding, citat de ZF. „Intenționăm să facem o investiție de aproximativ 7,5 milioane de euro în Hunedoara, pentru că avem la dispoziție prin intermediul acestui program de Tranziție Justă o componentă de grant nerambursabilă de 5 milioane de euro. Vrem să facem o secție de producție de ambalaje, tot din hârtie, dar care rezolvă o anumită necesitate în piață, în special în zona de comerț.” Compania produce astăzi sacoșe biodegradabile din hârtie în Iași, iar ideea investiției din Hunedoara a apărut la intersecția dintre nevoia de a extinde capacitățile de producție și tipurile de finanțări disponibile în piață, precum și costul acestor finanțări.

PUBLICITATE



### Scandia Food

se concentrează pe consolidarea poziției pe piața din România și integrarea noilor companii, prin vânzarea diviziei de imobiliare a grupului



**Scandia Food**, un reputat lider în categoria de conserve și un jucător cu tradiție în piața de produse alimentare, anunță punerea în vânzare a diviziei de imobiliare a grupului. Proiectele care vor fi înstrăinate sunt: Morilor, Frigoriferului, Cristian – toate din Sibiu și Calea Vitan – din București. Informațiile suplimentare pentru fiecare dintre aceste proiecte sunt disponibile potențialilor investitori pe site-ul companiei precum și pe site-uri de specialitate.

“Am construit și administrăm un business complex și unele dintre cele mai apreciate mărci de succes din România. Dorișta de a înstrăina divizia de imobiliare a venit ca urmare a lipsei de timp și resurse pe care aceste proiecte le necesită. Această decizie reprezintă o etapă firească în cadrul grupului ale cărui obiective sunt de a ne concentra pe consolidarea poziției pe care compania o ocupă pe piața din România care prezintă numeroase oportunități de creștere și dezvoltare, pe atingerea obiectivelor strategice trasate precum și pe integrarea companiilor nou intrate în portofoliul Scandia Food și consolidarea prezenței acestora în categoriile în care activează”, a declarat **Andrei Ursulescu, Director General și Administrator, Scandia Food**.

**Despre Scandia Food:** Scandia Food lider pe piața conservelor din România este o companie autohtonă prezentă cu o varietate largă de produse alimentare, deținătoare a șapte capacități de producție și peste 1500 de angajați. Mărcile deținute de companie sunt Scandia Sibiu, Bucegi, Sadu, Lotka, Năvodul Plin, Tapas, Rotina, Roua, Sunset Nuts, Yummy Snacks. Compania este prezentă în categoriile de conserve pe bază de carne, conserve de pește, conserve pe bază de legume, zacuscă, murături dar și snacks-uri sărate, dulciuri. În 2021 Scandia și-a materializat ambițiile de creștere intrând în piața produselor congelate extinzându-și astfel know-how-ul în producția și distribuția de produse congelate sub brandurile Tasty, Scandia Sibiu, Sibiu și Roua dar și de a-și extinde capabilitățile în categoria de mezeluri prin achiziționarea companiei Agra's Alba Iulia și Carniproduct Tulcea în 2023.

## NEW(S) IN BUSINESS

PRINCIPALELE TITLURI DIN BUSINESS

# ~150 mil. €

valoarea investiției estimate pentru proiectul Infinity Nord



### ENERGIE

#### ROMÂNIA VINE CU O PREMIERĂ EUROPEANĂ

Nuclearelectrica și Korea Hydro & Nuclear Power (KHNP) au semnat contractul de inginerie, procurare și construcție (EPC) pentru finalizarea primei instalații de detritiere (CTRF) din Europa, la CNE Cernavodă. Valoarea totală a tranzacției este de 195,3 mil. euro, iar Nuclearelectrica va plăti un avans de 15% din prețul contractului, condiționat de transmiterea unei garanții pentru plata avansului. Utilizând o tehnologie românească inovatoare, dezvoltată de Institutul Național de Cercetare Dezvoltare pentru Tehnologii Criogenice și Izotopice – ICSI Rm. Vâlcea, instalația de detritiere de la Cernavodă (CTRF) va fi a treia din lume și prima din Europa și va oferi României posibilitatea de a deveni un centru european pentru producția și exportul de tritium - combustibilul candidat al viitoarelor reactoare de fuziune.



### IMOBILIARE

## MAI MULTE LOCUINȚE PREMIUM ÎN CAPITALĂ

**R**edport Capital, compania fondată de Cosmin Savu-Cristescu, a finalizat faza a doua a proiectului rezidențial The Level Apartments din zona Străulești – Dămăroaia din Capitală și demarează etapa a treia a proiectului. Complexul este dezvoltat în patru faze, cu un total de 600 de unități și cu o investiție totală de 60 mil. euro. Faza I a fost livrată în 2020, faza a II-a în 2023, iar fazele a III-a și a IV-a vor fi livrate până la finalul anului 2026. The Level Apartments II este dezvoltat pe un teren de 4.275 mp, cu o suprafață construită de 12.386 mp și o zonă de retail de 900 mp. Ansamblul rezidențial oferă un total de 127 de apartamente premium, împreună cu 147 de locuri de parcare. Complexul include de la studiouri până la locuințe cu 2, 3 sau 4 camere și penthouse-uri. Redport, alături de grupul Mobexpert, va dezvolta în proximitatea The Level proiectul Infinity Nord. Acesta se vrea a fi unul dintre cele mai mari proiecte de regenerare urbană din București, investiția totală fiind estimată la valoarea de 150 mil. euro. ■



### CONSTRUCȚII

#### AN PROFITABIL ÎN CIUDA CONTEXTULUI DE PIAȚĂ

Vânzările din anul financiar 2022/23 ale Hornbach au crescut cu 6,6%, ajungând la 6,3 miliarde de euro, datorită cererii stabile și ridicate de materiale de construcții și de bricolaj, în condițiile unei inflații susținute. Potrivit reprezentanților businessului, cotele de piață din Germania și de pe toate piețele internaționale au crescut în mod semnificativ în comparație cu nivelul de dinaintea pandemiei, chiar dacă contextul a fost unul dificil. Profitul operațional ajustat al grupului (EBIT) a scăzut cu 20,0%, ajungând la 290,1 milioane de euro (+28% față de 2019/2020), în conformitate cu previziunile și cifrele preliminare.

# ANTREPRENORI. AFACERI. IDEI

POVEȘTILE OAMENILOR CARE TRANSFORMĂ IDEILE ÎN CIFRE



PAG. 24

## TEHNOLOGIE

Mallul online  
pentru modă  
circulară

PAG. 22

## ÎN CE MAI INVESTIM

*„Începând cu 2027 vom avea o nouă sursă de gaze naturale, care are potențialul de a crește semnificativ producția de gaze naturale a țării, asigurând astfel securitatea în aprovizionare. Suntem mândri să fim parte a unui proiect inovator, care va aduce beneficii semnificative pe termen lung.”*

**RĂZVAN POPESCU,**  
director general,  
Romgaz





# LEONI DESCHIDE UN NOU CENTRU DE PRODUCȚIE ÎN ROMÂNIA

PREZENT ÎN ROMÂNIA DIN 1999, GRUPUL LEONI, UNUL DINTRE CEI MAI IMPORTANȚI PRODUCĂTORI DE SISTEME DE CABLAJ ȘI COMPONENTE PENTRU INDUSTRIA AUTO, ANUNȚĂ O NOUĂ INVESTIȚIE PE PLAN LOCAL. CE IMPACT VA AVEA NOUA FABRICĂ DE LA BEIUȘ ÎN COMUNITATE ȘI ÎN ACTIVITATEA COMPANIEI?

## Când v-ați extins operațiunile în România și ce a stat la baza interesului pentru piața locală?

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: De la deschiderea operațiunilor LEONI în România, ne-am consolidat poziția de pol de excelență în producția de sisteme de cablaje auto și suntem un etalon pe harta internațională a industriei auto. Cel puțin la fel de important, suntem recunoscuți pentru experiență și know-how în producția de cablaje pentru automobile electrice și hibride. Suntem bucuroși să spunem că multe dintre autoturismele noi pe care le vedem pe șoselele românești au componente din fabricile noastre.

România, în general, are un potențial foarte bun în zona de producție auto, atât de automobile, cât și de componente. Însă, avem nevoie de o strategie națională pentru industria auto, care să permită un acces mai facil la finanțarea investițiilor și să dea României avantaje clare în menținerea, dezvoltarea și atragerea producției auto.

## De ce ați simțit nevoia deschiderii unei fabrici și căror categorii de produse este dedicată?

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: Preocuparea noastră constantă este de a crește capacitatea operațională din România, atât în privința volumului de producție, cât și în privința

calității, pregătirii oamenilor noștri, dar și a gamei de sisteme de cablaje pe care o putem acoperi. Ne mândrim cu poziția României ca centru de excelență în producția de cablaje pentru autovehicule electrice și hibride. Noua fabrică din Beiuș ne ajută să acoperim o cerere semnificativă din zona de componente pentru autovehicule comerciale. Cu ajutorul acestora vom acoperi proiecte noi sau viitoare ale LEONI România.

## Ce impact va avea noul centru de producție asupra activității locale și internaționale a companiei?

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: Această unitate de producție este foarte relevantă pentru comunitatea locală, deoarece la capacitatea maximă fabrica va avea 1.200 de noi locuri de muncă. Asta ne face să devenim cel mai mare angajator local și unul foarte important la nivel regional.

## Cum se reflectă această investiție în cifre?

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: Fabrica de la Beiuș este dedicată producției de sisteme de cablaje auto clasice. Investiția în fabrică este de 17,5 milioane de euro și reprezintă costurile de reabilitare a unei clădiri ce a fost reintrodusă în circuitul de producție și costurile echipamentelor de ultimă generație utilizate. LEONI a

renovat și reabilitat spațiul la standarde internaționale.

La fel de importantă este și investiția realizată în pregătirea oamenilor – operatori de producție, tehnicieni și ingineri – investiție ce va face ca forța de muncă din regiune să devină mai bine pregătită și mai integrată în peisajul pieței de muncă actuale.

### **Ce tehnologii veți include în cadrul unității de producție de la Beiuș și cum vor contribui acestea la eficientizarea operațiunilor?**

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: Echipamentele și sistemele sunt de ultimă generație, la standardul LEONI, pentru a putea produce conform nivelului de calitate așteptat de clienții noștri. În această unitate de producție s-a implementat un sistem computerizat, integrat, de ultimă generație, folosit la monitorizarea procesului de producție, dar și echipamente unice la nivelul producției de cablaje în România.

### **Ce tendințe remarcăți în ultimii ani în piața pe care activați și care sunt principalele direcții vizate de companie pentru planurile de dezvoltare în viitor?**

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: Pe plan mondial, în industria auto se întâmplă multe schimbări semnificative, de la tranziția către vehicule full electrice la dezvoltarea sistemelor sofisticate de inteligență artificială, la standarde tot mai stricte privind emisiile de carbon și siguranța vehiculelor. Suntem într-un proces de green transition, iar industria se adaptează rapid cerințelor consumatorilor.

Vehiculele autonome și cele care au tehnologie smart vor fi din ce în ce mai populare în viitor, iar inteligența artificială (AI) este un subiect important care animează deja multe industrii. În ceea ce ne privește, AI-ul ar putea fi integrat în multe procese de producție, astfel încât să ne ajute să devenim și mai buni la ceea ce facem. Grupul LEONI și-a consolidat capacitățile de R&D pentru a face față cererilor din partea clienților și avem încredere că suntem pregătiți pentru trendurile prezente și viitoare. Cu ajutorul Innovation Industrialization Center, inaugurat recent în Germania, ne-am consolidat poziția de partener pentru inovație al clienților noștri din industria auto.

### **Cât de importantă e integrarea tehnologiilor verzi în centrele de producție și cum contribuie acestea la bunul mers al unui business și al comunităților?**

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: În ceea ce privește tehnologia green, LEONI utilizează deja 100% energie verde în fabricile sale și pregătește investiții care vor crește și mai mult gradul de sustenabilitate al operațiunilor noastre. De asemenea, în Beiuș, folosim apa geotermală în asigurarea nevoilor energetice ale fabricii. Referitor la economisirea de energie, avem sisteme și procese dedicate în toate fabricile care ne ajută să îndeplinim acest obiectiv.

### **Cum poți acționa sustenabil în industria în care sunteți prezenți și de ce e important să îndepliniți sustenabilitatea cu activitatea de business?**

Andrada Verdeș, country manager LEONI România: Sustenabilitatea este în centrul operațiunilor noastre. ReWire este programul nostru strategic de sustenabilitate și vizează trei domenii principale de interes: Climă, Eficiența materialelor și conservarea resurselor și Oamenii. Strategia noastră globală ReWire integrează soluții la provocările de mediu identificate prin: standarde clare pentru furnizorii de materiale, standarde de mediu aplicate în peste 80% din locațiile noastre, creșterea cantității de materiale reciclate

**„România, în general, are un potențial foarte bun în zona de producție auto, atât de automobile, cât și de componente. Însă, avem nevoie de o strategie națională pentru industria auto, care să permită un acces mai facil la finanțarea investițiilor și să dea României avantaje clare în menținerea, dezvoltarea și atragerea producției auto.”**

**ANDRADA VERDEȘ, COUNTRY MANAGER LEONI ROMÂNIA**



Prezent în România din 1999, grupul LEONI are aproape 12.000 de angajați (mai mult de 10% din forța de muncă globală a grupului) și funcționează cu trei fabrici principale (în Arad, Bistrița și Pitești) și alți câțiva sateliți de producție. Leoni este un furnizor global de produse, soluții și servicii pentru gestionarea energiei și a datelor în industria auto. Lanțul valoric variază de la cabluri standardizate și cabluri speciale și de date până la sisteme de cablare foarte complexe și componente aferente, de la dezvoltare la producție. În calitate de partener de inovare cu o expertiză distinctă în domeniul dezvoltării și al sistemelor, Leoni își sprijină clienții pe calea unor concepte de mobilitate din ce în ce mai durabile și conectate, de la conducerea autonomă la sisteme de propulsie alternative, precum și la sisteme de încărcare. În acest scop, Leoni dezvoltă soluții de cabluri și sisteme de cablare de generație următoare care reduc complexitatea și permit niveluri mai ridicate de automatizare, de exemplu prin arhitectura zonală. Grupul de companii listate la bursă are aproximativ 95.000 de angajați în 27 de țări și a generat vânzări consolidate de 5,1 miliarde de euro în 2022.

folosite de la an la an, creșterea producției și folosirii de energie verde, îmbunătățirea siguranței în muncă în toate locațiile noastre și activități de conștientizare și implicare în comunitățile locale.

Nu în ultimul rând, la nivelul tuturor entităților LEONI am construit o serie de parteneriate cu instituții de învățământ și ONG-uri pentru a susține educația în comunitățile din care facem parte și incluziunea persoanelor din grupuri vulnerabile. Este preocuparea noastră să încurajăm tinerii să urmeze o carieră în industria auto sau să își continue studiile pentru a avea un avantaj competitiv pe piața muncii. Facem acest lucru prin parteneriate cu liceele din comunitățile noastre și cu Universitățile Tehnice, pentru a construi un traseu complet de suport. Înțelegem că este responsabilitatea noastră să facem acest lucru și ne bucurăm să vedem implicarea colegilor noștri, care își doresc să contribuie în proiectele organizate de LEONI.

## AFACERI DE LA ZERO

GRUPUL DOMENIILE LUNGU ȘI-A ÎNCEPUT EXISTENȚA ÎN ANUL 2001, INTEGRÂND MAI MULTE FIRME ACTIVE ÎN DOMENIUL AGRICOL ȘI LUCRÂND PESTE 2.000 DE HECTARE CULTIVATE CU PORUMB, FLOAREA-SOARELUI, SOIA, RAPIȚĂ, GRÂU ȘI CARTOFI. ÎN 2006, GRUPUL S-A EXTINS ȘI CĂTRE VITICULTURĂ ȘI AICI A ÎNCEPUT DE FAPT O NOUĂ POVEȘTE: CEA A CRAMEI HERMEZIU.

DE ALINA-ELENA VASILIU



# DE VITĂ NOBILĂ

În 2006, am plantat primele noastre hectare de viță-de-vie, struguri pentru consumul personal. Am fost atrași de legătura profundă dintre om și viță-de-vie și cum aceasta poate produce o gamă atât de largă de gusturi și arome. Pe măsură ce ne-a crescut pasiunea pentru vin, am hotărât și extinderea noastră în acest domeniu. Astăzi, cultivăm peste 149 de hectare de viță-de-vie, din care producem o gamă variată de vinuri de înaltă calitate”, povestește cel care este astăzi directorul executiv al cramei, Robert Axinte. Businessul îi are ca fondatori pe Vasile Lungu, inginer agronom cu peste 40 de ani de experiență în domeniul viticulturii, și pe fiica lui, Loredana Lungu. Au investit peste 12 milioane de euro în dezvoltarea cramei, pentru plantarea extensivă și întreținerea plantației, pentru infrastructură și modernizarea proceselor de producție. Pe lângă toate acestea, crama, amplasată în zona de nord a județului Iași, în localitatea Bivolari, s-a extins și cu un hotel de patru stele în fermă, încurajând astfel componenta de enoturism.

„Producem o gamă largă de vinuri, de la cele albe și roze vinificate atât ca vinuri liniștite, cât și spumante, până la cele roșii purpurii, bogate și aromate. Avem o rețea extinsă de distribuție



la nivel național, vinurile fiind prezentate în mai toate restaurantele și hotelurile de top, dar și în supermarketuri și hipermarketuri precum Selgros, Profi, Penny, Mega Image sau Carrefour, precum și online.” Pentru vinurile entry-level, concepute pentru consumul cotidian, prețurile sunt cuprinse între 25 și 35 de lei, iar pentru selecțiile premium pleacă de la 50 de lei și pot ajunge până la 115 lei. „În esență, țintim un spectru larg de categorii de vârstă, de la tinerii care abia își încep călătoria în lumea vinurilor, până la consumatorii maturi, cu o experiență vastă și cunoștințe profunde despre vinuri. Ne adresăm și familiilor moderne care sunt deschise la noi experiențe și țin pasul cu ultimele trenduri, dar și profesioniștilor independenți”, spune Robert Axinte.

Anul 2022 a adus pentru crama Hermeziu o cifră de afaceri de aproximativ 15 milioane de lei, fiind un an în care echipa s-a extins în principal în zona comercială, ceea ce a făcut ca brandul să fie prezent acum pe tot teritoriul României. „Cel



Una dintre cele mai importante lecții învățate de **VASILE LUNGU** și **LOREDANA LUNGU** este receptivitatea la schimbare.



**Pentru vinurile entry-level, concepute pentru consumul cotidian, prețurile sunt cuprinse între 25 și 35 de lei, iar pentru selecțiile premium pleacă de la 50 de lei și pot ajunge până la 115 lei.**

mai notabil proiect al anului trecut a fost lansarea vinului spumant C'est Soir, care reprezintă o extensie efervescentă și îndrăzneță a gamei noastre best-seller de rose-uri. În plus, am marcat sfârșitul pandemiei cu lansarea unui produs orientat către sectorul HoReCa, tot în cadrul gamei C'est Soir, prin lansarea unui nou rose demisec din Busuioacă de Bohotin în format Magnum.”

De altfel, și mai departe, în 2023, planurile cramei ieșene vizează consolidarea prezenței în sectorul HoReCa. „Totodată, avem în derulare un proiect pe fonduri nerambursabile privind extinderea spațiului de producție prin dotarea cramei cu o serie de utilaje destinate procesului de vinificație, utilaje ce vor spori în principal capacitatea de producție.” Chiar și cu atâtea reușite până acum și cu planuri constante de dezvoltare, businessul nu este lipsit de provocări. Una dintre cele mai mari este fluctuația condițiilor climatice, vremea fiind un factor esențial în producția de vin. În acest sens, adaptabilitatea și abilitatea de a anticipa și a reacționa la aceste schimbări sunt esențiale. „Un alt aspect important e gestionarea forței de muncă și când vorbim de acest lucru mă refer în principal la personalul ocazional, zilierii, care la noi, în nordul Moldovei, sunt din ce în ce mai puțini și mai puțin dedicați muncii în agricultură.”

Pentru a face față acestei probleme, familia Lungu a investit în utilaje moderne astfel încât să poată supraviețui în fiecare an. De exemplu, astăzi, crama are o mașină de recoltat care poate suplini aproximativ o sută de zilieri pe zi în perioada de campanie. „O altă provocare o reprezintă gestionarea eficientă a lanțului de aprovizionare, de la recoltarea strugurilor, procesarea acestora, îmbutelierea vinului și până la livrarea produselor finite către clienți. Coordonarea acestui proces complex necesită o bună planificare și o comunicare excelentă cu partenerii noștri.”

Ce au învățat Vasile și Loredana Lungu alături de echipa lor până acum? Una dintre cele mai importante lecții se referă la flexibilitate și receptivitate la schimbare. Cooperarea este o altă deprindere cu care s-au familiarizat, fiind, de altfel, o condiție definitorie în lumea vinului. ■



**ZF și Banca Transilvania au lansat PROIECTUL AFACERI DE LA ZERO**, o platformă dedicată micilor antreprenori, firmelor care au creat peste 1,7 milioane de locuri de muncă. Fiecare afacere de la zero este o poveste despre ambiție, curaj și determinare. Povestile micilor antreprenori vor fi publicate în ZF și pe platforma [zf.ro/afaceri-de-la-zero](http://zf.ro/afaceri-de-la-zero). În România sunt peste 500.000 de microîntreprinderi și firme mici, unde lucrează 1,7 milioane de salariați, companii cu afaceri anuale de 70-80 mld. euro.

Izvorul ideilor de business nu seacă niciodată, iar asta o demonstrează atât noile, cât și vechile generații de antreprenori. Ziarul Financiar a pornit în căutare de idei proaspete de afaceri, într-un proiect susținut de Banca Transilvania, menit să pună în lumină spiritul antreprenorial al României de astăzi. Găsiți mai jos o selecție de businessuri pornite de la zero și mai multe proiecte similare pe platforma [www.zf.ro/afaceri-de-la-zero](http://www.zf.ro/afaceri-de-la-zero).



**MADLEN** – brand de cămăși pictate (Făgăraș)  
Fondatoare: Andreea Madlen  
Cifra de afaceri în 2022: 120.000 de lei (24.000 de euro)  
Prezență: online, într-un showroom din Brașov și la festivaluri de muzică, precum Electric Castle sau Untold



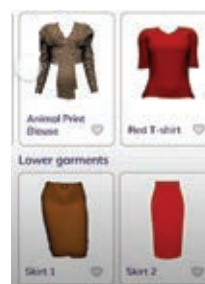
**URBAN HUB** – spațiu pentru evenimente (Constanța)  
Fondatoare: Irina și Corina Tudor  
Investiții: 40.000 de euro  
Prezență: Constanța



**ANMAR DECOR** – perdele și draperii (București)  
Fondatoare: Anamaria și Marian Constantinescu  
Cifra de afaceri în 2022: 350.000 de euro  
Prezență: online și în două showroomuri din București



**ATELIEREONLINE.RO** – platformă de cursuri (București)  
Fondatoare: Ioana Grigore și Dora Mache  
Prezență: online



**IRISPHERA** – furnizor de manechine virtuale pentru magazine (București)  
Fondatoare: Antonia Dumitriu  
Investiție inițială: 150.000 de euro  
Prezență: online

**INTRĂȚI PE PLATFORMA [WWW.ZF.RO/AFACERI-DE-LA-ZERO](http://WWW.ZF.RO/AFACERI-DE-LA-ZERO) ȘI DESCOPERIȚI UNIVERSUL DE COMPANII CREATE DE MICII ANTEPRENORI.**

# LA GRANIȚA DINTRE UTOPIE ȘI DISTOPIE

ÎN KAZAHSTAN NU ESTE NEVOIE SĂ MERGI LA STAREA CIVILĂ SĂ TE CĂSĂTOREȘTI. PE APLICAȚIA NAȚIONALĂ PE CARE 80% DIN POPULAȚIE O ARE PE TELEFON SE TRIMITE O CERERE. APLICAȚIA LE DĂ ÎNDRĂGOSTIȚILOR O LUNĂ SĂ SE GÂNDEASCĂ, APOI ÎI ÎNTREBĂ DACĂ SUNT SIGURI. DACĂ AU DAT OK-UL, ÎN SECUNDA URMĂTOARE SUNT CĂSĂTORIȚI CU ACTE ÎN REGULĂ. NU POȚI DIVORȚA ONLINE, ÎNSĂ. ÎN APLICAȚIE ȘI ÎN BAZA DE DATE DIN SPATELE EI SE AFLĂ TOATE ACTELE CETĂȚENILOR, STAREA LOR DE SĂNĂTATE, CONTRACTUL DE MUNCĂ, IPOTECA LA CASĂ. FIECARE ÎNTREBARE NAȘTE ALTA, DAR, ÎNTR-UN FINAL, UNA SINGURĂ RĂMÂNE RELEVANTĂ: CARE ESTE GRANIȚA DINTRE PROTECȚIA SOCIALĂ ȘI VIAȚA PRIVATĂ?

DE RĂZVAN BOTEAN

„A m colectat toate datele de la organizațiile guvernamentale într-un bazin de date și acum putem analiza bunăstarea familială, a fiecărei familii, prin 80 de criterii. Avem informații despre dacă au apartament sau nu, dacă au în familie persoane cu dizabilități. Cum este îngrijirea lor medicală? Ce se întâmplă cu educația? Dacă au studenți sau dacă au o persoană care lucrează în familie și toate aceste criterii au fost proiectate corespunzător cu Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD)”, spune ministrul digitalizării din Kazahstan, Bagdat Mussin, fost antreprenor în vârstă de 40 de ani. Dincolo de pandemia care a lovit toată lumea, fosta țară sovietică Kazahstan s-a lovit în 2022 de o revoltă sângeroasă a populației, care a culminat cu incendierea clădirii guvernului și s-a soldat cu peste 200 de morți. Din acel moment, Kazahstanul a trecut printr-un proces de transformare: a trecut de la republică prezidențială la republică parlamentară, și-a redefinit constituția, a înființat o Curte Constituțională, a reorganizat sistemul de alegeri. Acum Kazahstanul vrea să se poziționeze ca un mediator între Occident și Rusia și, așa cum a spus ministrul adjunct de externe, să păstreze relații bune cu ambele părți. Țara are un salariu mediu de aproape 800 de dolari, aproape de salariul mediu net din România, și un PIB



**Complexul de clădiri în care se află și sediul Ministerului Digitalizării**

de 200 mld. dolari, cam două treimi din PIB-ul României. Populația este similară cu cea a României, dar țara este mult mai întinsă. În Astana, capitala Kazahstanului, cel mai mare stat din Asia Centrală, la începutul lunii iunie se desfășura evenimentul Astana International Forum, o reinterpretare a evenimentului statului kazah Astana Economic Forum. Grupul de jurnaliști străini, din Africa de Sud, până în Mongolia, Mexic sau Portugalia, sunt invitați în ziua a doua, după prânz, la sediul Ministerului Digitalizării din Kazahstan, pentru a prezenta eforturile țării de digitalizare a serviciilor publice.

**- Știi că aici îți vinzi mașina în 5 minute printr-o aplicație? întrebă jurnalistul bulgar, în micul cerc de jurnaliști care se numește, în glumă, „Balkan crew”, pentru că este format**





**dintr-o sârboaică, un bulgar și un român.**  
**- Păi la noi durează cred că o lună, până mergi la Fisc, până mergi la primărie și tot așa, adaugă bulgarul.**

**- Așa este și la noi, spune sârboaică.**

Ca de obicei, pufnim toți în răs când adaug că așa este și la noi. Balkan crew. Drumul de la conferință până la sediul Ministerului Digitalizării, care face parte dintr-un complex de clădiri desprins din filmele SF, este de circa 10 minute. După ce liderul de grup, kazahul Arthur, ne invită înăuntru, circa 50 de jurnaliști din toate colțurile lumii se înghesuiau în fața filtrului de securitate format, în primă fază, de un dispozitiv cu recunoaștere facială. După trecerea prin acest dispozitiv, se deschid niște ușițe ca la metrou și apoi urmează trecerea prin dispozitivul cu raze. Doar că nimeni nu intră și nimeni nu iese.



**Sesiunea plenară de la Astana International Forum, la care au participat, printre alții, emirul Qatarului Tamim bin Hamad Al Thani și șefa FMI Kristalina Georgieva.**

50 de jurnaliști se înghesuie în fața filtrului de securitate, iar Arthur vorbește cu cei responsabili cu paza. Experiența de la Ministerul de Externe, unde am trecut printr-un filtru similar, ne spune că va dura ceva până vom ajunge în sala de conferințe.

**- Pun pariul că în 10 minute opresc camerele, deschid ușa și ne lasă pe toți să intrăm și aia e, râde bulgarul, după ce trecuseră deja vreo 20 de minute.**

**- La noi așa s-ar întâmpla cel mai probabil, adăugăm și noi și râdem.**

Nu știm dacă au oprit camerele înainte, dar cu siguranță până la urmă ușile au fost deschise și am intrat fără niciun control.

Sala de conferințe în care ne aștepta ministrul digitalizării arăta ca o bucățică din sediul NASA, pe toți pereții fiind proiectate ecrane cu hărți din satelit în timp real și probabil PowerPointurile care urmau să fie prezentate. În indicele ONU despre digitalizarea unei națiuni, Kazahstan este pe locul 20, dar indicele se împarte în două arii principale, explică Bagdat Mussin, ministrul digitalizării: „În ceea ce privește serviciile online, ocupăm locul opt în lume, din cele 193 de țări. Însă în ceea ce privește conectivitatea, avem de lucrat, deoarece ocupăm poziția 65”. Guvernul kazah a construit o aplicație folosită de mai bine de 80% din populația statului. În aplicație se poate „merge” la notar, cetățenii se pot căsători și au acolo toate actele, de la pașaport



la permis de conducere sau istoric medical. „Când Charles se naște în Kazahstan, trimitem automat un mesaj SMS și o notificare push cu felicitări din partea guvernului. În al doilea rând, cerem să se introducă numele în aplicația mobilă, numele celui născut. Dacă numele este introdus în aplicație, certificatul de naștere și măsura de sprijin sunt emise și banii sunt transferați în contul bancar al familiei. Nu este nevoie să se facă o cerere sau să se meargă undeva în acest sens”, mai spune Bagdat Mussin. În



aplicație poți să îți vinzi mașina, continuă explicațiile și prezentarea ministrului și alți reprezentanți. Băncile au integrat metode de plată direct în aplicație și, din momentul în care doi cetățeni se înțeleg asupra vânzării, durează circa 5 minute ca banii să fie transferați în contul vânzătorului, iar cumpărătorul are mașina pe nume. Un credit ipotecar se poate accesa online într-o zi. O firmă se poate înființa în 5 minute. Toată lumea din sală ascultă fascinată și se uită la prezentare. Jurnalistul croat însă rupe starea generală de uimire și întreabă: „Putem discuta puțin despre confidențialitate? Deoarece nu aș dori ca guvernul meu să aibă toate aceste date, știți, și să le poată folosi în scopuri rele”. Instituțiile unui stat, de exemplu procuratura, pot accesa toate aceste date, în caz de nevoie. Aici însă toate aceste informații se află adunate într-o singură aplicație. „În ceea ce privește protecția datelor, pentru a primi orice serviciu pe platforma bancară, acordați în primul rând permisiunea. Adică, dacă nu doriți să aveți servicii publice legate de dumneavoastră pe o platformă bancară, pur și simplu apăsați nu, dacă nu doriți. Și apoi, nu furnizăm datele dumneavoastră nimănui”, răspunde ministrul și adaugă: „Dacă oamenii doresc să rămână pe vechiul sistem, pot continua să utilizeze vechiul sistem. Le oferim permisiunea de a-și alege opțiunea dorită”. Ce se întâmplă dacă este o pană de curent sau de internet? întreabă jurnalistul bulgar. „Dacă treci la noua eră, întâmpini întotdeauna obstacole și probleme de acest gen, dar nimeni nu poate prezice ce se va întâmpla în viitor”, răspunde ministrul. Cum abordați problema securității cibernetice? Dacă toate



*„În țara noastră, nimeni, de exemplu, inclusiv eu, nu poartă asupra sa documente originale, doar aplicația mobilă și atât. Nu este necesar să aveți asupra dumneavoastră permisul de conducere. Nu este necesar să aveți asupra dumneavoastră cartea de identitate. Oriunde mergeți, puteți utiliza identitatea digitală, documentele digitale și cele 24 de tipuri de documente disponibile în aplicație, inclusiv documentele familiei.“*

**MINISTRUL  
DIGITALIZĂRII DIN  
KAZHASTAN, BAGDAD  
MUSSIN**



### **Sala de conferințe din Ministerul Digitalizării din Kazhastan.**

aceste date despre cetățeni sunt într-un loc, digital, poate fi accesat de exemplu și de guverne străine. „Ocupăm locul 31 în clasamentul ONU în ceea ce privește securitatea cibernetică. De aceea, timp de patru ani, am făcut investiții masive în securitatea cibernetică”, răspunde Bagdat Mussin.

Cum a schimbat digitalizarea conformarea la plata taxelor?

„Toate declarațiile fiscale sunt 100% digitalizate. Nu mai este nevoie să mergeți la agenția fiscală. Totul se realizează prin intermediul smartphone-urilor și dispozitivelor digitale. În ceea ce privește începerea unei afaceri în Kazhastan, trebuie doar să vă identificați. Dacă sunteți cetățean, puteți înregistra o entitate legală în cinci minute. Plățile din Kazhastan se realizează în proporție de 82% în sistemul digital. Acum cinci ani, 25-30% din plățile care se realizau în Kazhastan erau digitale.“ Întrebările despre cât a costat tot sistemul în ansamblul său rămân fără un răspuns concret. Discuțiile se încheie cu o prezentare a modului în care Kazhastanul supraveghează agricultura și starea solului din satelit. Părerile sunt destul de împărțite printre jurnaliștii străini după prezentări. Când s-a descoperit că Facebook a început să vândă datele din online către diferite companii care le-au utilizat în scopuri electorale, s-a pus pentru prima dată problema confidențialității în online și despre cât de prețioase sunt datele respective. Este un vis frumos să nu mai stai la coadă la Fisc, la înmatriculări sau Registrul Comerțului. Să fie atât de ușoară și de rapidă interacțiunea cu statul. Faptul că există atâtea informații despre fiecare cetățean într-un singur loc, fără de care, desigur, nu se poate realiza nici interacțiunea atât facil, naște însă mai multe întrebări și principala întrebare rămâne: care este granița dintre protecția socială din partea statului și viața privată? ■

Conferința

# ZF Cele mai valoroase start-up-uri tech din Romania

MARȚI, 4 IULIE, ORA 17:00

@

Cum accelerăm dezvoltarea  
ecosistemului tech?

@

Topul celor mai performante  
start-up-uri  
din tehnologie 2022/2023

→ Care au fost cele mai performante start-up-uri locale în ultimul an de zile?  
→ Suntem „condamnați” să vedem creșteri doar pentru start-up-urile active în zona inteligenței artificiale? → Ce modele dau cu adevărat rezultate în colaborarea dintre start-up-uri și corporații? → Ce vor acceleratoarele de la start-up-uri și ce vor antreprenorii de la acceleratoare? → Sunt destui bani pe piață pentru câte start-up-uri avem? → Ce rol joacă până la urmă banii din PNRR în ecosistemul local tech?

PARTNERI:

## PROFIL DE INVESTITOR

# DE LA ANALIZA DATELOR LA DECIZII DE INVESTIȚII

PASIONAT DE ANALIZA STATISTICĂ A DATELOR ȘI IMPLICAT DE 25 DE ANI ÎN CERCETAREA DE MARKETING, CIPRIAN ZAMFIRESCU A GĂSIT UN AL DOILEA DOMENIU ÎN CARE SĂ-ȘI APLICE METODELE DE STATISTICE, CEL AL PIEȚEI DE CAPITAL. NU IA NICIO DECIZIE DE INVESTIȚII FĂRĂ SĂ FACĂ O ANALIZĂ COMPLEXĂ ÎNAINTE ȘI SPUNE CĂ „FĂRĂ PasiunE NU AM PUTEA FI DECÂT MEDIOCRI”.

### DE TIBI OPREA

Am început să investesc în 2014, pentru diversificare, dar mai mult din curiozitate. Eram interesat să aflu mai multe despre acest domeniu, pe care-l percepeam atunci ca fiind despre analiză, strategie și managementul riscului”, povestește Ciprian Zamfirescu, 48 de ani, de profesie statistician.

Ciprian este din București, unde a finalizat studiile Facultății de Cibernetică, Statistică și Informatică Economică din cadrul Academiei de Studii Economice. De 25 de ani activează în domeniul cercetării de marketing. La început a lucrat în companii multinaționale precum GfK și Synovate, iar din 2016 este partener alături de Cristian Ștefănescu la Institutul de Marketing MIA.

„Întotdeauna am fost pasionat de analiza statistică a datelor, de a descoperi diverse metode prin care informațiile culese în studiile de piață sunt transformate în insighturi de valoare și mai apoi în decizii de business”, spune acesta.

Specialistul a avut și o serie de realizări profesionale, cum ar fi locul trei la Aegis Award, un premiu internațional pentru cel mai inovativ proiect de segmentare, acreditare pentru studii de segmentare motivațională Censydiam, acreditare pentru studii de satisfacție Symmetrics sau locul 1 în simularea de marketing strategic Markstrat.

Pentru Ciprian, activitatea de zi cu zi, adică cercetarea de marketing, este full-time, iar activitatea de investiții este part-time, deși îi acordă atenție în mod constant. „Dacă mă deconectez mai mult de câteva zile de la a citi informații despre piața bursieră simt că-mi lipsește ceva și trebuie să recuperez”, mărturisește el.

Ambele activități au și puncte comune. În cercetarea de marketing folosește des analiza datelor pentru a extrage informații valoroase pentru clienții



**CIPRIAN ZAMFIRESCU**  
48 DE ANI

**PROFESIE:** statistician

**OCUPAȚIE:**  
director de cercetare

**INVESTEȘTE:**  
pe termen lung

### BURSĂ

*„Pentru a fi interesantă, o companie trebuie să ofere dividende acționarilor ei. Asta dovedește că are o activitate constant profitabilă și că este un brand puternic.”*

**CIPRIAN**  
**ZAMFIRESCU**

MIA Marketing, iar în domeniul investițiilor analizează evoluții și corelează diverși indicatori pentru a identifica eventuale oportunități. În puținul timp rămas liber se bucură de pasiunea pentru alergare. „Pasiunea este poate cea mai importantă trăsătură, în orice activitate. Fără pasiune nu am putea fi decât mediocri”, consideră Ciprian Zamfirescu.

Prima dată el a investit aproximativ 3.000 de euro, în fonduri mutuale. Despre Bursa de Valori București știa foarte puține, iar fondurile mutuale păreau atunci alegerea cea mai simplă, pentru că nu el, ci altcineva se ocupa de portofoliul de acțiuni. Și da, au fost și perioade când a pierdut câteva mii de euro.

„Prima dată am vrut să renunț la doar șase luni, când am văzut că înregistrasem pierdere. Apoi a fost un moment critic, cred că prin 2015, când China a avut o scădere semnificativă pe bursă, iar eu înregistrasem un minus de 15%. Am înțeles între timp că investițiile la bursă aduc beneficii pe termen mediu și lung”, explică el.

După aproape 10 ani, motivele pentru care Ciprian continuă să investească sunt legate de diversificarea plasamentelor, obținerea unui profit și dorința de a înțelege mai bine cum funcționează diverse industrii ale economiei. Cumpără acțiuni ale companiilor listate la Bursa de la București, în principal cele de pe piața principală, dar și cele de pe segmentul AeRO într-o proporție mult mai mică. „În general, tind să includ în portofoliu acțiuni de la cinci-șase companii și sunt interesat de sectoarele

## DICTIONARUL INVESTITORULUI

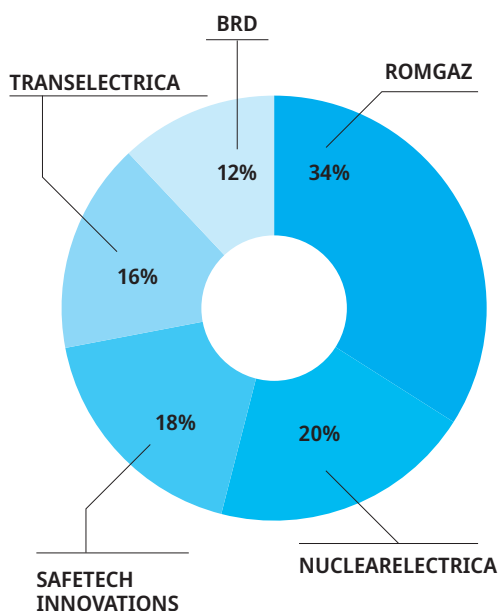
### 1. STATISTICA

reprezintă arta și știința colectării, modelării și înțelegerii datelor și indicatorilor care analizează și caracterizează fenomenele de masă. Conform definiției din manual, ea studiază latura cantitativă a fenomenelor social-economice de masă în strânsă legătură cu latura calitativă. Cercetarea în statistică constă în aplicarea metodelor statistice la studiul concret al fenomenelor economice și sociale. Statistica este importantă pentru economiști și nu numai, deoarece permite comprimarea unui număr mare de date individuale într-un număr mic de indicatori cu ajutorul cărora evidențiem ceea ce este esențial în nivelul de dezvoltare al fenomenului studiat.

### 2. MANAGEMENTUL RISICULUI

este un cadru pentru gestionarea riscurilor organizaționale, interne și externe. A apărut ca o nevoie de a recunoaște potențialul pericol, de a analiza opțiunile și modelul de comportament în perioade de criză și pentru minimizarea efectelor negative posibile. Efectele riscului pot pozitive (posibilitățile) și negative (pericole). Procesul de management al riscului se desfășoară într-o succesiune de pași, precum identificarea riscurilor, analiza riscurilor, evaluarea riscurilor, urmărirea, comunicarea și raportarea. Funcția de management al riscului are legătură cu alte funcții dintr-o companie, precum finanțe, resurse umane, marketing, producție și juridic.

## COMPOZIȚIE PORTOFOLIU



energie-utilități, financiar-bancar și IT&C. În prezent cea mai mare deținere este la Romgaz, o companie care distribuie dividende în mod constant. Strategia principală este de a cumpăra și de a păstra pe termen lung acțiuni la câteva companii solide și de a suplimenta în timp deținerile la aceste companii”, afirmă investitorul.

Dividendele sunt de altfel unul dintre principalele criterii pe care le urmărește la o acțiune, alături de echipa de management, în care trebuie să aibă încredere și de valoarea tranzacțiilor zilnice, preferabil peste 500.000 de lei. Altfel, nu prezintă interes. „Mă aștept ca acțiunile unei companii să crească pe termen de doi-trei ani, chiar dacă în această perioadă înregistrează și scăderi. Pentru a fi interesantă, o companie trebuie să ofere dividende acționarilor ei. Asta dovedește că are o activitate constant profitabilă și că este un brand puternic”, spune el.

Ciprian se consideră un investitor precaut, dar implicat. Realizează tranzacții o dată la una-două luni, dar ia decizii doar după ce a analizat situația în profunzime, lucru la care se pricepe cel mai bine. Pe lângă companiile de dividend, este interesat și de cele din domenii cu potențial de creștere, cum ar fi cel al energiei și IT&C. La nivelul investitorilor începători este o mare lipsă de informații, despre investiții în general, despre ce înseamnă Bursa de Valori București și despre companiile listate la bursă. Lipsa se resimte în special în rândul potențialilor investitori, adică tinerii cu studii superioare care lucrează deja de câțiva ani în companii multinaționale sau sunt antreprenori, spune Ciprian.

„Odată ce ești mai informat și acumulezi puțină experiență, lucrurile devin mai clare, iar deciziile legate de unde și cum să investești sunt mai ușor de luat. Cred în continuare că cel mai important aspect ce poate fi îmbunătățit este informația. O informație simplă, concisă și fără detalii inutile pentru cei aflați la început de drum și o informație transparentă, bine structurată pe mai multe niveluri, astfel încât cei mai avansați să acceseze direct subiectele de care sunt interesați.”

*„Cred în continuare că cel mai important aspect ce poate fi îmbunătățit este informația. O informație simplă, concisă și fără detalii inutile pentru cei aflați la început de drum și o informație transparentă, bine structurată pe mai multe niveluri, astfel încât cei mai avansați să acceseze direct subiectele de care sunt interesați.”*

**CIPRIAN ZAMFIRESCU**

## VĂZÂND ȘI FĂCÂND

Pe lângă impactul evident negativ asupra unui număr mare de persoane, orice criză vine la pachet și cu anumite beneficii, cum ar fi creșterea gradului de responsabilitate în rândul consumatorilor, al angajaților, dar și al angajatorilor, precum și cu oportunități de investiții.

În primele luni ale crizei de sănătate prețurile acțiunilor au scăzut semnificativ, așa că Ciprian Zamfirescu a profitat de ocazie și a intrat la cumpărare, iar după un an și ceva unele acțiuni au ajuns peste valoarea de dinainte de criză. „Criza de sănătate nu a fost similară cu nicio altă perioadă din experiența mea, dar pot spune că am trecut cu bine peste ea. De la început am urmărit două obiective principale – toată familia să rămână sănătoasă și activitatea firmei de cercetare să continue pentru a ne proteja clienții și angajații”, adaugă Ciprian.

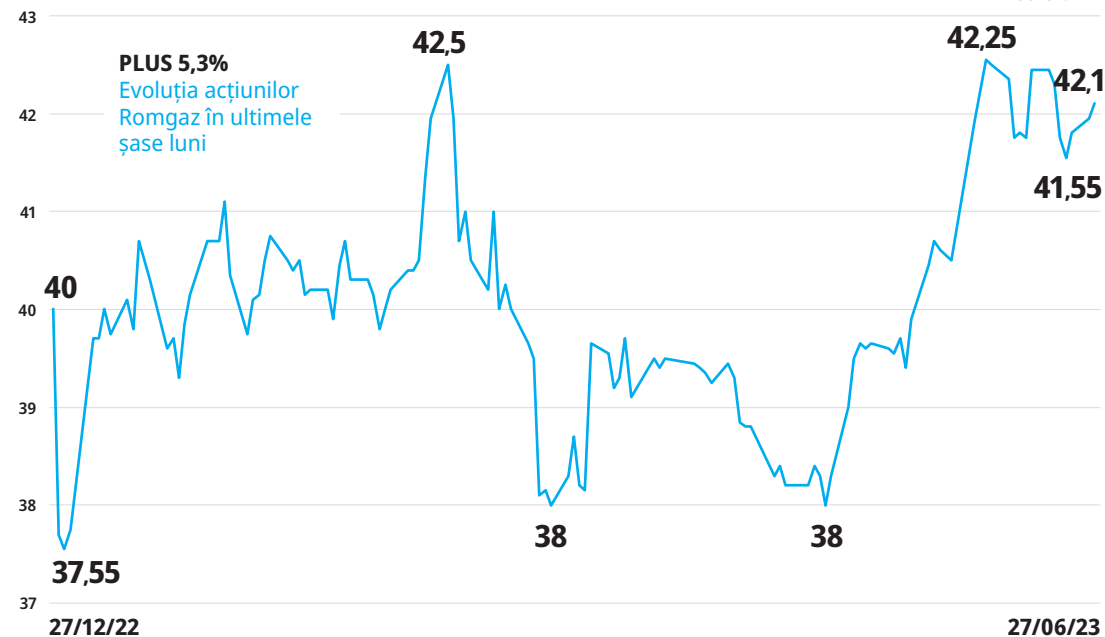
**CITIȚI CONTINUAREA ARTICOLULUI PE [WWW.BUSINESSMAGAZIN.RO](http://WWW.BUSINESSMAGAZIN.RO)**

**Investitori mici și mari, profesioniști și debutanți deopotrivă, care activează în domenii dintre cele mai diverse, pun pe tapet strategii de investiții și lecții învățate în timp pentru a întări zicala „bursa este pentru toți” și a mări rândurile investitorilor din piața locală. Toate sfaturile sunt adunate în seria de materiale „Profil de investitor” găzduită de BUSINESS Magazin.**

ENERGIE

SNGN Romgaz este cel mai mare producător și principalul furnizor de gaze naturale din România, controlat de stat în proporție de 70%. Compania este listată pe Bursa de Valori București sub simbolul bursier SNG din 2013, fiind admisă la tranzacționare și la Bursa din Londra. Romgaz face explorare geologică în scopul descoperirii de noi zăcăminte gazifere, produce gaz metan prin exploatarea zăcămintelor din portofoliul companiei, depozitează subteran gaze naturale, efectuează intervenții, reparații capitale și operații speciale la sonde și asigură servicii profesionale de transport tehnologic. În 2013, compania și-a extins domeniul de activitate prin asimilarea centralei termoelectrice de la Iernut, devenind astfel și furnizor de energie electrică. Recent, Romgaz și OMV Petrom au anunțat că vor transmite împreună, spre confirmare, către Agenția Națională

Acesta este un material informativ și nu reprezintă o recomandare sau o ofertă de investiție. Performanțele anterioare nu reprezintă o garanție a realizărilor viitoare. Este recomandată documentarea temeinică înainte de a investi.



pentru Resurse Minerale, planul de dezvoltare a două zăcămintele comerciale din perimetrul Neptun Deep.

Petrom și Romgaz vor investi până la 4 miliarde de euro pentru faza de dezvoltare a proiectului. Prima producție este estimată în 2027. Proiectul va putea atinge un platou de producție de aproximativ 8 miliarde metri cubi, timp de aproape 10 ani. România va deveni astfel cel mai mare producător de gaze din Uniunea Europeană.

Romgaz Black Sea Limited deține 50% din participația în perimetrul XIX Neptun, zona de apă adâncă, iar cealaltă cotă de participație de 50% este deținută de Petrom, care este și operator al proiectului Neptun Deep. Neptun Deep este cel mai mare proiect de gaze

„Începând cu 2027 vom avea o nouă sursă de gaze naturale, care are potențialul de a crește semnificativ producția de gaze naturale a țării, asigurând astfel securitatea în aprovizionare. Suntem mândri să fim parte a unui proiect inovator, care va aduce beneficii semnificative pe termen lung. Practic, prin acest demers continuăm dezideratul anunțat în momentul preluării participației în perimetrul Neptun Deep, respectiv exploatarea gazelor naturale offshore din acest proiect.”

**RĂZVAN POPESCU, DIRECTOR GENERAL, ROMGAZ**



**16,2**

mld. lei este capitalizarea producătorului și furnizorului de gaze naturale

**SNG**

este simbolul sub care se tranzacționează acțiunile

**11,5%**

este dinamica acțiunilor de la începutul anului

**970**

mil. lei este profitul net din T1/2023, minus 1% față de T1/2021

**2,9**

mld. lei este cifra de afaceri aferentă T1/2023, cu 25,9% mai mică

naturale din zona românească a Mării Negre și va asigura un volum estimativ de gaze naturale de 100 de miliarde de metri cubi. În primele trei luni din 2022, grupul Romgaz a înregistrat un profit net de 970 mil. lei, cu 1% mai mic față de rezultatul net din T1/2022, la afaceri de 2,9 mld. lei, în scădere cu 25,9%, pe fondul reducerii volumelor livrate cu 5,7%.

Romgaz are o capitalizare de 16,2 miliarde de lei, după ce acțiunile SNG s-au apreciat cu 11,5% de la începutul anului, pe fondul unor tranzacții de 245,3 mil. lei, arată datele BVB. Pentru profitul aferent anului 2022, Romgaz va plăti din 27 iulie acționarilor un dividend brut de 3,42 de lei pe acțiune, care, la prețul curent de tranzacționare, presupune un randament de 8,1%.

**ZIARUL  FINANCIAR**

- TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS -

**CEC  Bank**

Scriem istorie de peste 155 de ani împreună cu tine!

# ZF INVESTIȚI ÎN ROMÂNIA

**URMĂRIȚI EMISIUNEA  
DE LUNI PÂNĂ VINERI, DE LA ORA 14:00,  
PE ZF.RO  
ȘI FACEBOOK ZIARUL FINANCIAR**

## MALLUL ONLINE PENTRU MODĂ CIRCULARĂ

CUVÂNTUL „SUSTENABILITATE” ESTE PE BUZELE TUTUROR ÎN PREZENT, INDIFERENT DE DOMENIU, INDUSTRIA DE FASHION FIIND UNA DINTRE CELE MAI POLUANTE LA NIVEL MONDIAL ȘI CA ATARE UNA DIN PIEȚELE PE CARE AU ÎNCEPUT SĂ APARĂ TOT MAI MULTE BUSINESSURI CARE SĂ REDUCĂ IMPACTUL NEGATIV AL PRODUCȚIEI ÎN MASĂ. UN ASTFEL DE BUSINESS ESTE ȘI START-UP-UL LOCAL DRESSINGZ, CARE A DEZVOLTAT O PLATFORMĂ ONLINE PENTRU VÂNZAREA ȘI CUMPĂRAREA DE ARTICOLE FASHION „PRE-OWNED” DE LUX, CARE ÎN DOAR UN AN A AJUNS LA PESTE 4.000 DE UTILIZATORI ȘI A INTERMEDIAT VÂNZĂRI ÎN VALOARE TOTALĂ DE PESTE 100.000 DE EURO.

DE IOANA NIȚĂ

**A**mbițiile pentru dezvoltarea businessului sunt și mai mari, planul Dressingz fiind de a încheia o serie de parteneriate cu branduri de fashion internaționale de lux și intrarea pe cât mai multe piețe din Europa Centrală și de Est. Acum, start-up-ul se află în plină campanie de finanțare pe platforma de crowdfunding Ronin. „Noi am pornit pentru primul an cu obiectivul de a atrage, în primul rând, articole în platformă. Ne-am concentrat să avem atât un număr mare, cât și calitate a articolelor, să tragem cele mai bune produse astfel încât să putem apoi să accelerăm și vânzările. Și am reușit să și vindem bine și să atingem peste 100.000 de euro în GMV (gross merchandises value - n.red.) de la lansare. Ne propunem evident să accelerăm în continuare. Ne dorim să accelerăm numărul de utilizatori în primul rând, să mergem către 11.000 de utilizatori în următoarele 12 luni și să ne îndreptăm spre 1 milion de euro ca GMV”, a spus în cadrul emisiunii ZF IT Generation Romina Tăzlaşoanu, cofondatoarea start-up-ului Dressingz. Ea a pornit proiectul alături de Alexandru Andrieș și Anca Stan, la începutul anului trecut. În prezent, start-up-ul are în derulare o campanie de strângere de fonduri pe platforma de crowdfunding Ronin, sumă vizată fiind cuprinsă între 250.000 și 500.000 euro, bani cu care țintește să ajungă la 11.000 de utilizatori și la vânzări totale intermediare de un milion de euro în următoarele 12 luni. Până în prezent, Dressingz a reușit să atragă peste 300.000 euro pe platforma Ronin,



„NE DORIM SĂ ACCESĂM PARTENERIATE INTERNAȚIONALE. ANUL ACESTA NE PROPUNEM SĂ AVEM UN PARTENERIAT INTERNAȚIONAL MARE, IAR ÎN URMĂTORII PĂTRU ANI, ÎN CARE PLĂNUIM SĂ INTRĂM PE MAI MULTE PIEȚE DIN REGIUNE, EUROPA CENTRALĂ ȘI DE EST, NE DORIM SĂ ÎNCHIDEM PÂNĂ LA 10 PARTENERIATE.”

ROMINA TĂZLĂȘOANU, COFONDATEORA DRESSINGZ

**Dacă aveți un proiect de start-up tech scrieți-ne pe adresa de e-mail [zfitgeneration@zf.ro](mailto:zfitgeneration@zf.ro).**

campania fiind activă până pe data de 31 iulie. În primăvara anului trecut, start-up-ul a atras o primă finanțare, pre-seed, în valoare de 300.000 de euro, sumă care a fost folosită pentru dezvoltarea platformei - site-ul și aplicația de mobil, formarea echipei și pentru marketing. Din punct de vedere tehnic, echipa Dressingz a dezvoltat și a implementat o serie de funcționalități noi.

„O să dau câteva exemple pentru că au fost foarte multe funcționalități noi. Am lansat procesul de retur și poate o să pară curios că vorbesc de retur, dar returul în revânzare este foarte, foarte important și de asemenea nu este o uzanță, nu se practică pe platformele de revânzare, din păcate. Operatorii mari globali nu oferă posibilitatea de retur, care este un punct critic pentru consumator. Există o nevoie majoră, mai ales în zona noastră și în zona din jurul României, unde poate partea asta de revânzare este mai la început. Oamenii au nevoie de siguranță, să știe că atunci când accesează un produs, mai ales luxury, pre-owned, să știe că sunt mulțumiți și





Urmărește de luni până vineri emisiunea pe [www.zf.ro](http://www.zf.ro) și pe pagina de Facebook a Ziarului Financiar de la ora 19.00 sau accesează platforma [www.zf.ro/zf-it-generation](http://www.zf.ro/zf-it-generation)

## RUBRICA „START-UP PITCH”



### 1. Andrei Zawrak Popescu, fondator Ophset

Ce face? Dezvoltă o soluție pentru captarea carbonului. „Tehnologia în sine se numește fotobioreactor. Este de fapt un sistem de tubulatură prin care circulă o cultură de alge într-un mediu, respectiv apă cu diverse substanțe. În substanțele respectivă băgăm dioxid de carbon - CO<sub>2</sub>, iar acel CO<sub>2</sub> este absorbit de alge, așadar oferim servicii de capturare a dioxidului de carbon. Inițial, în ianuarie am pornit cu ideea de a construi un marketplace pentru certificate de carbon bazate pe carbon capturat, deci practic acel transfer asupra dreptului de proprietate al dioxidului de carbon, dar în procesul de validare cu industria de ciment, în principiu, și cu un fond de investiții specializat în decarbonizare, am aflat că există un interes foarte mare pentru tehnologii de capturare carbon, și nu pentru partea de marketplace.”



### 2. Cristian David, fondator și CEO al Klap

Ce face? A dezvoltat o platformă pentru comercializarea de produse electronice recondiționate. „Țintim să revindem circa 60.000 de produse anul acesta. Ținând cont de faptul că de când am pornit businessul și până acum am vândut peste 76.000 de produse, este o provocare destul de mare, dar suntem pe un trend ascendent. Din punct de vedere al cifrei de afaceri, ne așteptăm să avem o triplare, având în vedere că avem și echipa care susține un asemenea țel.”



### 3. Raul Cojocaru, cofondator și CEO al Move Mountains.

Ce face? Dezvoltă o platformă online prin care să pună în contact persoanele pasionate de aventuri în aer liber și care doresc să descopere noi experiențe cu instructori specializați. „Ne dorim să atragem o primă rundă

de finanțare. În următoarele patru luni am dori să atragem o finanțare de minimum 50.000 de euro pentru a putea dezvolta în continuare produsul și pentru a scala. Momentan pe platformă se regăsesc doar instructori de schi sau snowboard și lucrăm la a dezvolta activitatea marketplace-ului, pentru a integra și alte evenimente care să nu fie specifice anotimpului de iarnă. Ne dorim să avem continuitate pe întreaga durată a anului, nu să ne rezumăm doar la sezonul de iarnă.”

## RUBRICA „START-UP UPDATE” Romina Tăzlăoanu, cofondatoare a Dressingz - platformă online pentru modă circulară.



Urmărește de luni până vineri emisiunea pe [www.zf.ro](http://www.zf.ro) și pe pagina de Facebook a Ziarului Financiar de la ora 19.00 sau accesează platforma [www.zf.ro/zf-it-generation](http://www.zf.ro/zf-it-generation)

**ZF IT Generation, emisiune lansată de ZF în noiembrie 2019 și realizată în prezent împreună cu BCR Innovx**, are ca țintă descoperirea start-up-urilor hi-tech cu idei de produse sau servicii care vor duce la dezvoltarea unei noi generații de milionari din IT ai României. După mai bine de 370 de ediții, emisiunea are un nou format în care adăugăm o serie de rubrici pentru a aduce plus valoare în ecosistemul local de start-up-uri tech - Start-up Pitch, Start-up Update, Start-up Boost, Start-up Star, Investor Watch, Sfatul expertului și What's Hot.

că este ceea ce trebuie și din perspectiva măsurii”, a precizat Romina Tăzlăoanu, adăugând că de asemenea start-up-ul a implementat și funcția de promovare a produselor pentru o vizibilitate mai mare a produselor vândute și funcția care permite vânzarea unor pachete de produse.

„În plus, am lansat un mod în care îi recunoaștem pe cei care sunt top-seller, lucru foarte important pentru cumpărător, pentru că au o încredere în momentul în care văd că achiziționează un produs de la un top-seller. de livrare. De asemenea, avem și «badge-uri de angel» care sunt acordate vânzătorilor care aleg să doneze o sumă din banii încasați la vânzarea produsului respectiv.” Totodată, start-up-ul a pus la punct și tot procesul de logistică și a lansat și opțiunea de concierge pentru utilizatorii care nu vor să își listeze singuri produsele pe care le au de vândut în platformă și atunci se poate ocupa de acest lucru echipa Dressingz. „Noi facem, practic, absolut toată treaba. Preluăm articolele, le pregătim, le pozăm, le listăm, le vindem, le livrăm. Deci, absolut tot, cap-coadă tot procesul. Le ținem fie în showroom, fie în depozit și atunci clientul este liniștit, nu are nimic de făcut decât să încaseze banii la vânzare”, a subliniat ea.

Cele mai multe produse vândute pe platforma Dressingz sunt hainele, pantofii și gențile, iar din punctul de vedere al valorii vânzărilor, ordinea este invers - genți, pantofi și haine.

Printre brandurile cele mai vândute pe platforma Dressingz se numără Chanel, Louis Vuitton, Gucci, Prada, Valentino Garavani, Dior, Golden Goose, Zadig et Voltaire, Cartier, Michael Kors, Alexander McQueen, Yves Saint Laurent, Dolce & Gabbana, Balenciaga, Murmur, Bottega Veneta, Dsquared2, Celine, Off White, Burberry, Rick Owens, Maison Martin, Margiela, Burberry, Loewe, Marni. Pe lângă brandurile de lux, pe Dressingz se vând și branduri mass market, produse în stare foarte bună, în special din liniile premium ale brandurilor COS, Massimo Dutti, Nike, Adidas. De asemenea, colaborările acestora cu designeri de lux sunt foarte căutate. Ca diferențiator pe piață, Dressingz și-a propus să încheie parteneriate cu branduri de fashion de lux la nivel internațional. „Îl avem alături de noi ca shareholder pe Tavi Cornea, care vine cu o expertiză extraordinară în brandurile de lux. Actualmente este head of digital la Omega și a lucrat în străinătate la branduri precum Chanel, Louis Vuitton, deci are un palmares deosebit. Și alături de el, împreună cu el, ne dorim să accesăm parteneriate internaționale. Anul acesta ne propunem să avem un parteneriat internațional mare, iar în următorii patru ani, în care plănuiim să intrăm pe mai multe piețe din regiune, Europa Centrală și de Est, ne dorim să închidem până la 10 parteneriate”, a conchis Romina Tăzlăoanu. ■

# LEADERSHIP. HR. CORPORATE LIFE

POVEȘTILE ANGAJATULUI MODERN/ LIDERULUI CARE MUTĂ MUNȚI

„CONSTAT CĂ FEMEILE SE BLOCHEAZĂ ADESEA ÎN CARIERĂ PENTRU CĂ NU AU SUFICIENTĂ ÎNCREDERE ÎN ELE, IAR PE UNELE ACEST LUCRU LE OPREȘTE CHIAR SĂ URMEZE O CARIERĂ. DE ACEEA, AȘ SFĂTUI TINERELE FEMEII SĂ AIBĂ CURAJ ȘI SĂ FIE ÎNCREZĂTOARE. FEMEILE AR TREBUI SĂ SPUNĂ «DA» MAI DES ÎN PROFESIE ȘI SĂ AIBĂ CURAJUL SĂ ÎNCERCE CEVA NOU.”

**ELISABETH STADLER,**  
FOST CEO AL VIG, PENSIONATĂ LA 1 IULIE 2023

**PAG. 32**  
**LEADERSHIP**  
Radiografia unei cariere  
de 40 de ani în asigurări



**PAG. 28**

**TEHNOLOGIE**  
IT-ul poartă  
mai des fustă

**PAG. 38**

**EXPAT ÎN  
ROMÂNIA**

„România îți intră  
în suflet și rămâne  
acolo”.

Este expresia  
care caracterizează  
cel mai bine țara  
noastră, în opinia  
expatului francez  
Maxence Didier-  
Vial, care deține  
rolul de Finance  
and Compliance  
Director al Edenred  
România. Ce  
l-a determinat  
să aleagă piața  
locală pentru a-și  
continua cariera  
și ce plusuri și  
minusuri observă  
aici?

**ZF IT GENERATION**

PARTENER:



**Urmărește emisiunea  
de luni până vineri de la ora 19:00 pe  
[www.zf.ro](http://www.zf.ro)  
și pe pagina de Facebook  
**Ziarul Financiar****

Vezi toate start-up-urile pe [www.zf.ro/zf-it-generation](http://www.zf.ro/zf-it-generation)

# IT-UL POARTĂ MAI DES FUSTĂ

INTERESUL FEMEILOR PENTRU DOMENIUL TECH A EVOLUAT SEMNIFICATIV ÎN ULTIMII ANI, IAR ACEST LUCRU POATE FI OBSERVAT PRIN PARTICIPAREA LOR CRESCUTĂ LA EVENIMENTE DE PROFIL, SPUNE ELENA ENACHE, DIRECTOR APPLICATIONS – EUROPEAN DELIVERY CENTER ÎN CADRUL CEGEKA ROMÂNIA ȘI PARTE DIN BOARDUL ORGANIZAȚIEI WOMEN IN TECH. CUM SE REFLECTĂ CREȘTEREA INTERESULUI SEXULUI FRUMOS PENTRU ACEST DOMENIU ÎN DATELE LA NIVELUL UNIUNII EUROPENE?

DE ALEXANDRA CEPĂREANU

**E**xistă mai multe aspecte care pot contribui la atragerea mai multor femei în domeniul tech. În primul rând, este important să se ofere educație de calitate și resurse accesibile pentru toți. Acest lucru implică crearea unor medii de învățare favorabile, oferirea de programe de mentorat și promovarea oportunităților egale pentru femei în domeniile tech. De asemenea, evidențierea diversității de cariere și a poveștilor de succes ale femeilor din industrie poate inspira și motiva alte femei să aleagă o carieră în tech”, a spus într-un interviu pentru BUSINESS Magazin Elena Enache, director applications – European Delivery Center în cadrul Cegeka România – companie cu afaceri de 47 mil. euro în 2022, plus 30% față de 2021 – și parte din boardul Women in Tech (organizație neguvernamentală care promovează incluziunea, diversitatea și echitatea în industriile STEAM – știință, tehnologie, inginerie, agricultură și matematică).

Ea consideră că pentru a încuraja mai multe femei să se îndrepte către industria tech este nevoie de un efort colaborativ din partea sectorului public și privat. Astfel, sfera publică poate juca un rol în promovarea oportunităților egale, în promovarea diversității de gen în mediul de lucru și în implementarea unor politici care susțin femeile în domeniul tech, iar companiile private pot crea medii de lucru incluzive și diverse, pot stabili programe de mentorat și pot promova exemple de succes ale femeilor în tech. „În România, datele exacte privind numărul de femei IT-iste pot varia în funcție de diferite surse și metodologii de înregistrare. Cu toate acestea, există o creștere semnificativă a implicării

CEGEKA  
ROMÂNIA

47

mil. euro,  
afacerile Cegeka  
România în 2022

>30%

creșterea  
înregistrată  
anul trecut  
de afacerile  
companiei față de  
2021

~900

de angajați are  
compania pe plan  
local



femeilor în domeniul IT în ultimii ani. Din ce în ce mai multe femei aleg să urmeze studii și să se angajeze în cariere în industria tech. Dar cred că este esențial să ne asigurăm că femeile au acces la resurse și oportunități egale pentru a-și construi o carieră în domeniul tech. În viitor, cu o mai mare conștientizare și promovare a diversității de gen, precum și cu acțiuni concrete pentru a înlătura obstacolele și barierele existente, se poate estima că numărul femeilor în tech va continua să crească”, susține Elena Enache.

Potrivit datelor UE, România ocupă locul trei în ceea ce privește procentul de femei în rândul specialiștilor din industria IT&C la nivelul Uniunii Europene, cu circa 26,2%, adică 53.186, de specialiști tech de sex feminin din totalul de aproximativ 203.000 de profesioniști, potrivit Asociației Patronale a Industriei de Software și Servicii (ANIS). La rândul său, Women in Tech



**GRUPUL  
CEGEKA**

**871**

**mil. euro** în 2022  
(plus 17%), afacerile  
consolidate  
înregistrate de  
Gegeka la nivel de  
grup

**>6.000**

**de angajați** lucrează  
pentru companie

**>300**

**de experți** în date  
și AI sunt în echipa  
Gegeka prezent în  
Benelux, Germania,  
Austria, România,  
Moldova, Italia,  
Republica Cehă,  
Slovenia, Suedia și  
Grecia

„ÎN 2023, STRATEGIA  
NOASTRĂ PENTRU  
ROMÂNIA SE AXEAZĂ PE  
PRIORITIZAREA CREȘTERII  
DEPARTAMENTULUI DE  
DEZVOLTARE DE APLICAȚII  
SOFTWARE ȘI PE EXTINDEREA  
OFERTELOR NOASTRE DE  
INFRASTRUCTURĂ PE  
PIAȚA LOCALĂ.”

**ELENA ENACHE, DIRECTOR APPLICATIONS –  
EUROPEAN DELIVERY CENTER ÎN CADRUL CEGEKA  
ROMÂNIA**

#### **CARTE DE VIZITĂ**

**ELENA ENACHE,  
DIRECTOR  
APPLICATIONS  
– EUROPEAN  
DELIVERY CENTER,  
CEGEKA ROMÂNIA**

**1.** Și-a luat licența  
în matematică și  
Informatică în cadrul  
Universității București  
în 2010, apoi a  
terminat și masterul  
în matematică  
computațională și  
aplicată din cadrul  
aceleiași universități,  
în anul 2012;

**2.** A absolvit, de  
asemenea, masterul  
în inginerie software  
de calculator la  
Universitatea  
Politehnica București  
în 2013;

**3.** Ea a acumulat o  
experiență solidă ca  
programatoare timp  
de șase ani, în cadrul  
mai multor companii  
de profil, iar apoi a  
avansat în diverse  
poziții în cadrul  
companiei Gegeka,  
începând cu rolul de  
manager de program,  
manager de unitate  
de afaceri și apoi  
director, și face parte  
din echipa Gegeka de  
șapte ani;

**4.** În 2021 a preluat  
rolul de director  
applications EDC  
în cadrul echipei  
Gegeka;

**5.** Timpul liber îl  
dedică diferitelor  
hobby-uri, care o  
ajută să-și mențină  
echilibrul și să se  
dezvolte pe plan  
personal. Elenei  
Enache îi place  
să alerge, să  
practice yoga și să  
călătorească.

numără peste 250.000 membri în întreaga lume. Cu sediul central la Paris, organizația deține în prezent divizii în 45 de țări, printre care și în România. „În ultimii ani, industria locală de IT&C a înregistrat o creștere semnificativă în comparație cu alte state europene. Este o industrie efervescentă, cu un ritm de dezvoltare de trei ori mai rapid decât media națională, conform datelor furnizate de Asociația Patronală a Industriei de Software și Servicii (ANIS) la sfârșitul anului 2022. România se situează pe locul trei în Europa Centrală și de Est în ceea ce privește baza de specialiști IT&C, având aproximativ 203.000 de specialiști, conform ANIS (date din ianuarie 2023). Cu toate acestea, în ciuda potențialului de creștere uriaș, întâmpinăm încă dificultăți legate de lipsa resurselor umane calificate în acest domeniu”, a mai spus reprezentanta Gegeka România, adăugând că dacă ar putea să schimbe ceva ar acorda o atenție mai mare diversității și incluziunii.



#### **ROMÂNIA, O „FELIE”**

**IMPORTANTĂ.** Gegeka este prezentă  
pe piața din România începând din  
2011 și în prezent are aproximativ 900

de angajați, iar pentru anul în curs, reprezentanții companiei își propun să continue să extindă echipa și businessul din România. La nivel național, compania deține trei birouri mari – două în București și unu la Iași, iar în 2021 reprezentanții Gegeka România au decis să deschidă mai multe birouri-satelit (spații de co-working pentru angajați, clienți și parteneri) în diverse orașe din țară, precum Brașov, Timișoara și Cluj-Napoca.

„Se preconizează că, pe parcursul anului 2023, vor fi angajați aproximativ 75 de noi profesioniști în regiunea Moldovei, iar birourile-satelit din România vor primi aproximativ 200 de noi colegi. Strategia noastră de resurse umane pentru acest an se concentrează în principal pe bunăstarea angajaților și menținerea motivației la un nivel ridicat. În special în perioade dificile și incerte, avem o prioritate clară de a îngriji și sprijini membrii echipei noastre. Investim semnificativ în dezvoltarea competențelor și în formarea angajaților, având un program bine structurat de integrare și mentorat”, a spus Elena Enache.

În ceea ce privește regimul de muncă, compania a implementat un model hibrid, care combină lucrul de la birou cu lucrul de acasă, pentru a oferi flexibilitate și a răspunde nevoilor și preferințelor angajaților. „Această abordare flexibilă ne permite să menținem un echilibru între interacțiunea în cadrul echipei și beneficiile oferite de lucrul de la distanță. Vom continua să adoptăm acest regim de muncă și în perioada următoare, astfel încât să ne asigurăm că angajații noștri se simt în siguranță și susținuți în timpul activităților lor profesionale.



## SFATURILE ELENEI ENACHE PENTRU FEMEILE CARE VOR O CARIERĂ ÎN IT&C

### 1. Descoperiți-vă pasiunea:

Identificați domeniile de interes în tech și găsiți acel aspect care vă fascinează cel mai mult.

### 2. Investiți în învățare

continuă: Tehnologia evoluează rapid, așa că este important să fiți mereu deschise la învățare și să vă mențineți abilitățile și cunoștințele actualizate. Participați la cursuri, webinarii, conferințe și alte evenimente relevante pentru a vă dezvolta competențele în domeniul tech.

3. Căutați modele de succes și mentori: Informați-vă despre femei care au avut succes în industria tech și inspirați-vă din poveștile și experiențele lor. Căutați mentori în industria tech care vă pot ghida și vă pot oferi îndrumare în cariera voastră. Încurajați și sprijiniți

alte femei care vor să își urmeze pasiunea în tech, oferindu-le sfaturi și mentorat.

4. Construiți-vă o rețea de contacte: Fiți proactice în conectarea cu profesioniști din industria tech, fie prin participarea la evenimente, fie prin intermediul platformelor online. O rețea de contacte solidă vă poate aduce oportunități de angajare, mentorat și colaborare.

5. Creați-vă un portofoliu și proiecte personale: Demonstrați-vă abilitățile și pasiunea prin crearea unor proiecte personale sau prin contribuții la proiecte open-source. Un portofoliu solid poate face diferența în procesul de recrutare.

Continuăm să investim în creșterea și dezvoltarea noastră în România, consolidându-ne prezența în cele mai importante centre tehnologice și contribuind la dezvoltarea industriei IT din țară.”

Furnizorul belgian de soluții IT&C Cegeka are peste 6.000 de angajați la nivel mondial, fiind prezent în mai multe țări – precum Benelux, Germania, Austria, România, Moldova, Italia, Republica Cehă, Slovacia, Suedia și Grecia. La nivel de grup, Cegeka a înregistrat afaceri consolidate în valoare de 871 milioane de euro la finalul anului trecut, plus 17% față de anul 2021.

„În ceea ce privește piața din România, aceasta ocupă o proporție semnificativă, reprezentând peste 30% din totalul cifrei de afaceri a Cegeka. Acest lucru evidențiază importanța și ponderea considerabilă a României în activitățile companiei”, a mai spus Elena Enache. În 2022, Cegeka România a înregistrat o creștere semnificativă, realizând o cifră de afaceri de 47 de milioane de euro, în creștere cu 30% față de anul precedent, această creștere fiind obținută într-o piață cu o competiție acerbă, a adăugat Elena Enache, demonstrând angajamentul companiei de a oferi servicii de înaltă calitate.

„Am adoptat o abordare strategică, axată pe dezvoltarea profesională a colegilor noștri și extinderea portofoliului de servicii. Un factor cheie în obținerea acestei creșteri a fost atragerea de clienți noi și de înaltă calitate. Am reușit să câștigăm opt clienți noi, inclusiv cinci companii locale și trei afaceri internaționale, depășind astfel rata de creștere a industriei. De asemenea, am extins portofoliul de servicii, oferind servicii inovatoare de aplicații prin modelul team-as-a-service, care oferă agilitate și scalabilitate fără egal, adaptându-ne nevoilor afacerilor de orice dimensiune.”

**D**

### ELA PROGRAMARE LA

MANAGEMENT. În ceea ce o privește, Elena Enache povestește că a ales să își construiască o carieră în acest

domeniu deoarece simțea că matematica și abilitățile analitice sunt forțele sale distincte. „În timp ce descopeream provocările și complexitatea acestui domeniu, am realizat că pot folosi aceste aptitudini pentru a găsi soluții inovatoare și pentru a contribui la rezolvarea problemelor reale. Ceea ce îmi place cel mai mult la ceea ce fac este că pot combina pasiunea mea pentru cifre și matematică cu creativitatea și gândirea strategică.” În viziunea sa, fiecare problemă reprezintă o oportunitate de a găsi soluții noi și de a influența pozitiv rezultatele pentru toți cei implicați. „În concluzie, pasiunea mea pentru cifre, curiozitatea mea și dorința de a aduce un impact pozitiv m-au condus în acest domeniu, iar ceea ce îmi place cel mai mult este abilitatea de a rezolva probleme complexe”, a

povestit Elena Enache.

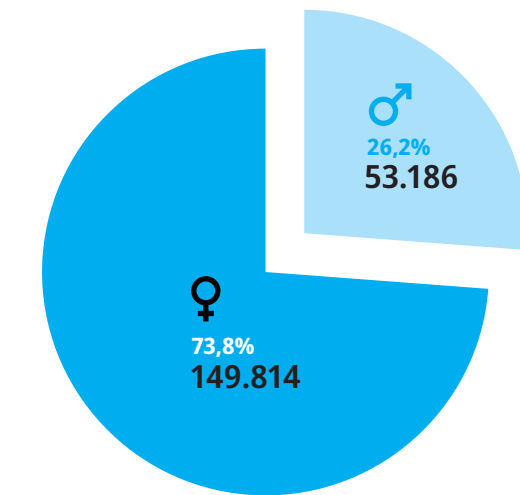
Ea a „crescut” în cadrul facultăților cu profil mate – info, fiind licențiată în matematică și informatică în cadrul Universității București în 2010, continuând apoi să-și diversifice portofoliul de student prin absolvirea mai multor masteruri în cadrul unor universități cu profil tehnic. Tânăra a acumulat o experiență solidă ca programatoare timp de șase ani în cadrul mai multor companii de profil, iar apoi a avansat în diverse poziții în cadrul companiei Cegeka, începând cu rolul de manager de program, manager de unitate de afaceri și apoi director. De asemenea, pentru a putea ține pasul cu evoluția domeniului este nevoie ca specialiștii tech să se pregătească constant și să investească în dezvoltarea cunoștințelor lor, motiv pentru care nu s-a oprit din a învăța și studia.

„Sunt un «avid learner», întotdeauna în căutarea de a fi la curent cu tot ceea ce se întâmplă pe piață și cu evoluția industriei. Investes mult timp în lectură și învățare în diverse domenii, cum ar fi business, economie, dezvoltare personală, psihologie și tehnologie. Într-adevăr, sufăr de FOMO (teamă de a rata ceva important) când vine vorba de informații, deoarece consider că nu pot niciodată să învăț suficient. În ceea ce privește cursurile, în vara aceasta voi finaliza un Executive MBA la Central European University din Viena. Această experiență de învățare pe parcursul ultimilor doi ani m-a ajutat să îmi îmbogățesc considerabil cunoștințele și să fiu la curent cu tot ce se întâmplă la nivel global în industria IT și în alte domenii relevante.”

Astfel, reprezentanta Cegeka România investeste resurse considerabile în pregătirea constantă, deoarece consideră că aceasta este cheia succesului într-o industrie în continuă evoluție. „Este important să rămânem actualizați, să ne adaptăm la noile tehnologii și să dobândim abilități relevante pentru a rămâne competitivi și pentru a aduce valoare echipei și organizației noastre”, a spus Elena Enache.

Ea consideră că un moment important și care a avut un impact major în cariera sa a fost atunci când a făcut trecerea de la programare la management. „Această schimbare a reprezentat un punct de cotitură în cariera mea, aducând cu sine oportunități diverse, interacțiuni cu oameni noi, un mediu de lucru diferit și provocări complexe. În momentul acela mi-am dat seama că acțiunile mele au un impact semnificativ asupra carierei multor oameni, inclusiv a celor din echipele mele și nu numai. A fost un punct de conștientizare că am intrat într-o nouă etapă în care trebuia să-mi dezvolt aptitudini pe care le consider acum esențiale pentru un lider de succes, dar pe care anterior nu le observasem”.

În prezent, din poziția de director applications



**PONDEREA  
SPECIALIȘTILOR  
FEMEI VS. BĂRBAȚI  
ÎN INDUSTRIA IT&C  
LA NIVELUL UE,  
DINTR-UN TOTAL  
DE 203.000 DE  
PROFESIONIȘTI\***

\*Sursa: datele ANIS

**>250.000**

de membri numără,  
în întreaga lume,  
organizația Women  
in Tech

*„Există o creștere semnificativă a implicării femeilor în domeniul IT în ultimii ani. Din ce în ce mai multe femei aleg să urmeze studii și să se angajeze în cariere în industria tech. Este important ca atât sectorul public, cât și cel privat să colaboreze pentru a crea un mediu propice pentru ca femeile să-și urmeze pasiunea în acest domeniu.”*

**ELENA ENACHE,  
DIRECTOR  
APPLICATIONS –  
EUROPEAN DELIVERY  
WCENTER ÎN CADRUL  
CEGEKA ROMANIA**

– European Delivery Center în cadrul Cegeka România, Elena Enache conduce o echipă formată din aproximativ 200 de colegi – dezvoltatori cu experiență în diverse limbaje de programare, precum .NET, Java, dezvoltare de aplicații mobile (nativă și cross-platform), Python, DevOps, precum și specialiști în analiză de afaceri, proiect management și testare. „Am avut oportunitatea de a crește împreună și de a implementa o cultură bazată pe încredere, învățare continuă, feedback constant și o mentalitate concentrată pe soluții. Când vine vorba de candidații care doresc să se alăture echipei noastre, căutăm în mod special o atitudine proactivă și dorința de învățare. Încurajăm colaborarea și considerăm că aceste atribute sunt deosebit de importante pentru dezvoltarea unei cariere frumoase și de lungă durată. Este esențial să avem colegi dornici să contribuie activ, să-și dezvolte abilitățile și să învețe constant într-un mediu dinamic și în continuă evoluție. Prin urmare, căutăm candidați care să fie pasionați de domeniul IT și dornici să-și aducă contribuția la succesul echipei”, a punctat Elena Enache.

Aruncând o privire spre viitor, Elena Enache spune că în următorii 10 ani își dorește să ocupe o poziție în domeniul IT care să îmbine elemente de business strategy, sales și mentoring/consulting. „Având o experiență anterioară în dezvoltarea de aplicații mobile și o pasiune profundă pentru domeniul IT, vreau să rămân în această industrie și să evoluez către roluri care să îmi permită să aduc o contribuție strategică la nivelul organizației și să colaborez cu echipe diverse pentru a găsi soluții inovatoare și a genera creștere. În același timp, mi-ar plăcea să fiu implicată în activități de mentoring și consulting, pentru a sprijini și ghida alți profesioniști în dezvoltarea lor și pentru a împărtăși cunoștințele și experiențele acumulate pe parcursul carierei mele.” ■



**LEADERSHIP**



# RADIOGRAFIA UNEI CARIERE DE 40 DE ANI ÎN ASIGURĂRI

LA 1 IULIE 2023, ELISABETH STADLER A PREDAT FRĂIELE COMPANIEI VIENNA INSURANCE GROUP (VIG), JUCĂTOR ACTIV ȘI PE PIAȚA LOCALĂ A ASIGURĂRIILOR PRIN INTERMEDIUL A TREI COMPANII, OMNIASIG, ASIROM ȘI BCR ASIGURĂRI DE VIAȚĂ, LUI HARTWIG LÖGER. CUM AU DECURS CELE PATRU DECENII PE CARE AUSTRIACA LE-A PETRECUT ÎN PIAȚA DE PROFIL?

DE MIRCEA NICA

„P”oziția de CEO al celui mai mare grup de asigurări din Europa Centrală și de Est a fost în mod evident punctul culminant al carierei mele de 40 de ani în industria asigurărilor. Îmi închei cariera, dar voi continua să fiu membru al unor consilii de supraveghere din grup și al consiliilor de supraveghere ale unor mari companii austriece, cum ar fi Austrian Post, Petrol Group OMV și Voest. Sunt vicepreședinte al Crucii Roșii Austriece și dețin diverse funcții și în domeniul cultural. Toate acestea sunt sarcini foarte interesante și importante care mă vor ține ocupată în continuare”, a detaliat Elisabeth Stadler, fostul CEO al VIG, unul dintre cei mai mari asiguratorii internaționali, în ultimul interviu acordat BUSINESS Magazin. Ea a decis să se pensioneze după o carieră de 40 de ani în domeniul asigurărilor, dintre care ultimii șapte ani i-a petrecut la conducerea grupului austriac, care a anunțat încă de la finalul lunii noiembrie 2022 că odată cu expirarea mandatului de CEO pe 30 iunie 2023 acesta nu va mai fi prelungit, din cauza planurilor de pensionare ale executivei. În locul ei va prelua conducerea companiei Hartwig Löger, împreună cu noi membri ai Consiliului Director. Sub conducerea fostei executive, VIG a ajuns la subscrieri de 12,6 mld. euro la finalul anului 2022, în creștere cu 14,1% față de anul 2021, atingând în același timp un profit net cu 24% mai mare în 2022 față de 2021, până la 466 mil. euro. În ceea ce privește primele trei luni din 2023, fostul CEO a continuat să conducă compania spre creștere, ajungând la un volum al subscrierilor de 3,87 mld. euro la finalul lunii martie 2023, în creștere cu 12,1% față de perioada similară a anului trecut.

U N MOTTO OPTIMIST. În ceea ce privește motivul pentru care executivea a decis să iasă din câmpul muncii după 40 de ani petrecuți în industria asigurărilor, Elisabeth Stadler a recunoscut că și-a dorit să aibă ceva mai mult timp pentru ea. „Sunt o persoană fundamental pozitivă și abordez sarcinile într-un mod foarte structurat și conștiincios. Motto-ul meu în viață este: «Fiecare zi este o nouă șansă». De relaxat, mă pot relaxa foarte bine pe terasa casei mele cu un pahar de vin bun sau jucând golf. Mă concentrez cu totul pe minge și pe joc și nu mă gândesc la provocările profesionale. Prin urmare, mă pot detașa foarte bine de probleme, așa că pentru mine golful este o sursă de reîncărcare a

„CONSTAT CĂ FEMEILE SE BLOCHEAZĂ ADESEA ÎN CARIERĂ PENTRU CĂ NU AU SUFICIENTĂ ÎNCREDERE ÎN ELE, IAR PE UNELE ACEST LUCRU LE OPREȘTE CHIAR SĂ URMEZE O CARIERĂ. DE ACEEA, AȘ SFĂTUI TINERELE FEMEII SĂ AIBĂ CURAJ ȘI SĂ FIE ÎNCREZĂTOARE. FEMEILE AR TREBUI SĂ SPUNĂ «DA» MAI DES ÎN PROFESIE ȘI SĂ AIBĂ CURAJUL SĂ ÎNCERCHE CEVA NOU.”

ELISABETH STADLER, FOST CEO AL VIG, PENSIONATĂ LA 1 IULIE 2023

propriilor baterii.” Înainte de pensionare, ea își caracteriza agenda zilnică ca fiind bine structurată și plină de întâlniri, „începând de dimineața devreme până seara pe la ora 19:00, întâlniri atât la nivel intern cât și extern, și, bineînțeles, mai sunt vizitele de afaceri la companiile grupului și ședințele Consiliului de Supraveghere. Important este să ai o echipă bună”, ne-a povestit fostul executiv, adăugând că îi place să lucreze într-o echipă funcțională, în care poate delega sarcini „cu inima ușoară, pentru că știu că mă pot baza pe oamenii din echipă. Încrederea reciprocă este un factor cheie pentru un leadership de succes. Îmi

„POZIȚIA DE CEO AL CELUI MAI MARE GRUP DE ASIGURĂRI DIN EUROPA CENTRALĂ ȘI DE EST A FOST ÎN MOD EVIDENT PUNCTUL CULMINANT AL CARIEREI MELE DE 40 DE ANI ÎN INDUSTRIA ASIGURĂRILOR. ÎMI ÎNCHEI CARIERA EXECUTIVĂ, DAR VOI CONTINUA SĂ FIU MEMBRU AL UNOR CONSILII DE SUPRAVEGHERE DIN GRUP ȘI AL CONSILIILOR DE SUPRAVEGHERE ALE UNOR MARI COMPANII AUSTRIECE, CUM AR FI AUSTRIAN POST, PETROL GROUP OMV ȘI VOEST. SUNT VICEPREȘEDINTE AL CRUCII ROȘII AUSTRIECE ȘI DEȚIN DIVERSE FUNCȚII ȘI ÎN DOMENIUL CULTURAL. TOATE ACESTE SUNT SARCINI FOARTE INTERESANTE ȘI IMPORTANTE CARE MĂ VOR ȚINE OCUPATĂ ÎN CONTINUARE.”

**ELISABETH STADLER, FOST CEO AL VIG, PENSIONATĂ LA 1 IULIE 2023**

plăcea munca mea și de asta a fost ușor să echilibrez munca și viața privată”, a mai adăugat ea.

În opinia sa, competența, atât profesională, cât și socială, leadershipul și gândirea structurată sunt calitățile care contează într-o poziție de conducere. „Aceste calități se aplică atât bărbaților, cât și femeilor. De exemplu, eu sunt un foarte bun ascultător. Ascult ideile și opiniile colegilor mei, apoi îmi formez părerea și iau o decizie, dar când în cele din urmă iau o decizie, mă aștept să fie acceptată și implementată. Prin urmare, e foarte important pentru mine să am încredere în angajați și să mă pot baza pe ei.”

În același timp, ea povestește că a constatat că femeile se blochează adesea în carieră pentru că nu au suficientă încredere în ele, iar pe unele acest lucru le oprește chiar să urmeze o carieră. „De aceea, aș sfătui tinerele femei să aibă curaj și să fie încrezătoare. Femeile ar trebui să spună «da» mai des în profesie și să aibă curajul să încerce ceva nou. Din punctul meu de vedere, companiile de asigurări îndeplinesc un rol foarte important și anume să protejeze oamenii de riscuri, oferind securitate financiară. Există o mulțime de perspective și domenii de activitate interesante.”

**D**IVERSITATEA, UN FACTOR-CHEIE. Elisabeth Stadler spune că ceea ce a învățat de-a lungul activității în companie este că strategia locală multibrand a Grupului VIG și

abordarea antreprenorială a jucătorului față de companiile locale sunt perspective foarte diferite de cele ale altor grupuri internaționale de asigurări și reprezintă un avantaj competitiv real. „Din punctul meu de vedere, diversitatea noastră nu este doar un avantaj competitiv, ci și unul care promovează și sprijină antreprenoriatul de succes și cultura corporativă. Este important să păstrăm această diversitate. Privind lucrurile din această perspectivă, nu aș schimba nimic, Grupul VIG este poziționat perfect din punct de vedere strategic și își va continua parcursul de succes”, a spus ea cu puțin timp înainte de a părăsi compania.

În ceea ce privește timpul petrecut la cârma grupului austriac, susține că, împreună cu echipa sa, a reușit să își îndeplinească obiectivul ca VIG să fie perceput drept un partener stabil și de încredere. „Cred că împreună cu echipa mea am reușit să îndeplinim acest obiectiv, ceea ce se reflectă și în evoluția celor mai importanți indicatori cheie, cum ar fi nivelul primelor, cel al profitului și capitalizarea puternică a grupului. În ultimii șapte ani, atât volumul primelor cât și profitul înainte de impozitare au crescut cu 38%, iar rata de solvabilitate este acum cu aproape 44% mai mare decât în 2016. Prin Agenda 2020 și VIG25, am inițiat două programe strategice majore, astfel încât grupul să fie în continuare pregătit pentru schimbările ce urmează, iar productivitatea să crească. Din punctul meu de vedere, totul a decurs conform planului, cu excepția faptului că pandemia ne-a adus în situația de a ne confrunța cu ceva nou de la o zi la alta, întârziind implementarea unuia sau altuia dintre proiecte. Dar chiar și pandemia a condus la scăderea rezultatelor financiare într-un singur an, pentru ca un an mai târziu să revenim la nivelul de dinainte de coronavirus.”

În ciuda realizărilor pe care le-a avut din rolul de CEO, ea recunoaște că a gestiona o companie listată este o sarcină deosebită, pentru că fiecare declarație are mult mai multă relevanță pentru eventuala evoluție a prețului acțiunilor și trebuie urmare reguli stricte când vinde vorba de furnizarea de informații.

Per total, Elisabeth Stadler este de părere că abordarea conservatoare cu care a ghidat grupul austriac în ultimii ani, plini de provocări, a dat roade, iar acest lucru demonstrează că în industria asigurărilor o abordare conservatoare și atentă la riscuri are un efect pozitiv, mai ales în perioadele dificile. „Companiile de asigurări dau dovadă de un grad ridicat de rezistență și tocmai în vremuri atât de dificile ca acestea, oamenii conștientizează mai bine cât de important este să fie asigurați și protejați”, a încheiat ea. ■

**40**

**de ani** de carieră a petrecut Elisabeth Stadler în industria asigurărilor

**12,6**

**mld. euro,** volumul subscrierilor VIG în 2022

**3,87**

**mld. euro,** volumul subscrierilor VIG în T1/2023

**466**

**mil. euro,** profitul net din 2022 al grupului VIG

**ZIARUL  FINANCIAR**

- TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS -

**BANCA  TRANSILVANIA®**



**REGINA MARIA**  
REȚEAUA PRIVATĂ DE SĂNĂTATE

# ZF PRIVATE HEALTH

**Urmărește emisiunea  
în fiecare joi, de la ora 16:00,  
pe [www.zf.ro](http://www.zf.ro)  
și Facebook **Ziarul Financiar**.**

**[www.zf.ro/zf-private-health](http://www.zf.ro/zf-private-health)**

**100 TINERI MANAGERI  
DE TOP**



LIVIU HERMAN  
ESTE CHIEF  
PRODUCT OFFICER  
LA TAZZ, UNDE  
COORDONEAZĂ PESTE  
70 DE SPECIALIȘTI  
ÎN IT. ÎNAINTE DE  
A AJUNGE AICI, A  
OCUPAT TIMP DE  
PESTE 10 ANI ROLURI  
STRATEGICE ÎN  
PROJECT & PRODUCT  
MANAGEMENT  
ÎN CADRUL  
COMPANIILOR  
CONTINENTAL ȘI  
HAUFE GROUP. CUM  
ÎȘI IMAGINEAZĂ EL  
URMĂTORII ANI DIN  
CARIERĂ?

DE IOANA MATEI



LIVIU HERMAN

chief product  
officer, Tazz

39 de ani

Cifră de afaceri  
(2022): ~177 mil. lei

Număr de  
angajați: 250

*„INDIFERENT DE ROLUL PE CARE ÎL VOI  
AVEA, CERT E CĂ VOI FI ÎN CONTINUARE  
ÎNCONJURAT DE OAMENI FAINI, AȘA  
CUM SUNT ACUM ȘI CUM AM REUȘIT  
SĂ FIU DE-A LUNGUL ÎNTREGII MELE  
EXPERIENȚE PROFESIONALE.”*

VIZIUNE PENTRU VIITOR:

LIVIU HERMAN, TAZZ

### 1. CE ROL V-AȚI PROPUS SĂ AVEȚI ÎN 2030?

Așa cum timpul a fost imprezvizibil cu mine și, în același timp, foarte generos, sunt convins că orice mi-aș propune ca rol peste 7 ani ar fi la kilometri distanță de ceea ce voi face. Indiferent de rolul pe care îl voi avea, cert e că voi fi în continuare înconjurat de oameni faini, așa cum sunt acum și cum am reușit să fiu de-a lungul întregii mele experiențe profesionale.

### 2. CE CALITĂȚI/ABILITĂȚI DE LEADERSHIP CREDEȚI CĂ TREBUIE SĂ AVEȚI ÎN ORGANIGRAMA ÎN CARE INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ LUCREAZĂ COT LA COT CU ANGAJAȚII UMANI?

Îmi place că întrebarea presupune din start că inteligența artificială va lucra cot la cot cu angajații umani, nu că îi va înlocui. Din perspectiva asta, cred cu tărie că abilitățile actuale vor fi exact aceleași necesare și în acele momente vom fi în continuare lideri ai oamenilor, doar că unii dintre ei vor fi specialiști în inteligență artificială.

### 3. CARE VOR FI PRINCIPALELE PROVOCĂRI PENTRU LIDERUL ANULUI 2030?

Cred că, mai ales în domeniul IT, conceptul de „gig economy” își va spune cuvântul și își va lua partea leului. Observăm deja cum colegii noștri mai tineri, dar nu doar ei, sunt mult mai flexibili, mult mai independenți. Doar că ei au

evaluat în direcția asta înainte ca noi, liderii sau organizațiile, să fim pregătiți. În câțiva ani, va fi și mai pregnant acest fenomen de dinamică rapidă a forței de muncă și va trebui să ne adaptăm, nu să ne împotrivim.

### 4. DAR PRINCIPALELE OPORTUNITĂȚI PE CARE LE VEȚI AVEA CA LIDERI ODATA CU AVANSUL TEHNOLOGIEI?

O oportunitate are legătură cu accesul la date mai multe, mai detaliate, ceea ce ne face procesele de luare a deciziilor mai complexe, dar mai sigure; o a doua are legătură cu concentrarea oamenilor cu care lucrăm pe aspecte care nu sunt repetitive (pot fi automatizate) și petrecerea timpului productiv în moduri mai plăcute și mai puțin de rutină, ceea ce ne va face pe mulți dintre noi mai fericiți.

### 5. CUM VĂ IMAGINAȚI CĂ VA ARĂTA SĂPTĂMÂNA DE LUCRU ÎN 2030 ȘI AGENDA UNUI LIDER DIN VIITOR?

Dacă mă uit la cum arăta acum 7 ani și cum arată acum, din punct de vedere structural lucrurile s-au schimbat extrem de puțin. La fel mă aștept să fie și în următorii ani, fără schimbări majore la agendă, însă cu schimbări mari la esența discuțiilor. Totuși, să nu uităm că indiferent de businessul din care facem parte și de motivațiile personale ale fiecăruia dintre noi, scopul principal al organizațiilor noastre este și va fi în continuare să facă profit, așadar ne vom învârti în continuare în jurul acestui pol. ■

**BUSINESS MAGAZIN VA LANSA ÎN CURÂND ANUARUL 100 TINERI MANAGERI DE TOP, EDIȚIA 2023,**

unde vorbim cu cea mai nouă generație de tineri manageri și antreprenori cu vârsta de până în 40 de ani despre schimbările cu care se confruntă sub influența tot mai mare a AI. Ne-am propus ca în cadrul ediției de anul acesta a catalogului să analizăm modul în care cei mai tineri manageri și antreprenori vor reuși să conducă organizațiile din România către un viitor în care inovația, eficiența, sustenabilitatea, dar și emoțiile umane vor defini noua lume a afacerilor. Liviu Herman, Chief Product Officer la Tazz, este unul dintre managerii al căror profil va apărea în cadrul acestui proiect.

## EXPAT ÎN ROMÂNIA

ESTE EXPRESIA CARE CARACTERIZEAZĂ CEL MAI BINE ȚARA NOASTRĂ, ÎN OPINIA EXPATULUI FRANCEZ MAXENCE DIDIER-VIAL, CARE DEȚINE ROLUL DE FINANCE AND COMPLIANCE DIRECTOR AL EDENRED ROMÂNIA. CE L-A DETERMINAT SĂ ALEAGĂ PIAȚA LOCALĂ PENTRU A-ȘI CONTINUA CARIERA ȘI CE PLUSURI ȘI MINUSURI OBSERVĂ AICI?

DE ANDRA STROE



# „ROMÂNIA ÎȚI INTRĂ ÎN SUFLET ȘI RĂMÂNNE ACOLO”

În anul 2009 lucram pentru Accor, iar atunci am vizitat Bucureștiul pentru prima dată, cu ocazia deschiderii IBIS Sibiu. Încă de atunci, România mi-a rămas în suflet și în gând, iar în 2017 am revenit pentru un an. Decizia finală de a mă muta în România am luat-o în anul 2021, când m-am alăturat Edenred România în calitate de finance and compliance director”, povestește Maxence Didier-Vial. Când a ajuns pentru prima dată în România, în anul 2009, își amintește că a fost uimit de urmele, încă vizibile, ale gloanțelor de pe pereții din jurul hotelului, vestigiu al Revoluției din anul 1989. „În ceea ce privește schimbările care au avut loc de

atunci, una dintre ele este chiar dezvoltarea Bucureștiului. Orașul este foarte diferit față de cel pe care l-am văzut eu în 2009. De asemenea, cred că una dintre cele mai vizibile schimbări este rețeaua de electricitate, aici lucrurile s-au schimbat complet, se vede o evoluție.”

Din punctul său de vedere, România continuă să se dezvolte foarte rapid, făcând pași impresionanți în ceea ce privește creșterea performanței economice și a prosperității, raportat la ultimele două decenii. „Dacă ar fi să aleg sectoarele unde pot fi făcute îmbunătățiri, unul ar fi transportul în comun și locurile de parcare, cu scopul de a reduce timpul pierdut în trafic, dar și pentru a face orașul mai



„CEL MAI IMPORTANT ESTE SĂ FII TEAM-PLAYER, CA ÎN SPORT, ȘI SĂ LUCREZI CU OAMENI CARE SUNT MAI BUNI DECÂT TINE, PENTRU CĂ AȘA VEI ÎNVĂȚA ȘI PROGRESA MAI REPEDE DECÂT ÎȚI POTI IMAGINA.”

**MAXENCE DIDIER-VIAL,**  
FINANCE AND COMPLIANCE DIRECTOR, EDENRED ROMÂNIA

accesibil persoanelor cu dizabilități. De asemenea, aici aș menționa și spitalele publice, care ar putea fi îmbunătățite la nivel de infrastructură. Faptul că România are medici foarte bine pregătiți este un motiv în plus de a face pași spre un sistem public de sănătate de calitate.”

Iar dacă ar trebui să descrie România într-un singur cuvânt, ar folosi o expresie, mai degrabă, și anume: „Îți intră în suflet și rămâne acolo.” „Încă din momentul în care am descoperit țara și oamenii minunați de aici, mi-am dorit să mă întorc și să rămân. Este ca o adicție, dar în sensul bun al cuvântului.”

Pe români îi descrie drept niște oameni foarte calzi, sociabili și implicați în orice fac. „Poate acesta este și motivul pentru care mă simt ca acasă. O vorbă pe care am auzit-o în România este că omul sfințește locul, iar eu cred că tocmai din acest motiv îmi place atât de mult aici. De asemenea, din punct de vedere profesional, aș califica românii drept performeri de top în mai multe domenii dedicate, un exemplu fiind industria IT.” Tocmai din acest motiv, spune că grupul Edenred a decis să deschidă în București Edenred Digital Center - primul hub dedicat pentru servicii IT.

Cât despre figura românească pe care o admiră, dar care îl și inspiră, aceasta este Nadia Comăneci. „Și despre ea pot spune că este un performer de top, o emblemă a României peste hotare. Am fost uimit când am aflat că, la vârsta de 14 ani, a fost prima gimnastă care a primit punctajul perfect – 10 – la Jocurile Olimpice.”

În ceea ce privește preparatele românești favorite, „în mod clar, nu și foarte original, întrucât îmi plac lucrurile simple, sunt micii la grătar cu mămăligă”. Iar în topul destinațiilor sale de vacanță preferate din România, pe primul loc se află Delta Dunării. „Este un loc uimitor, un mix de liniște și sălbăticie, unde te poți relaxa și poți admira natura, în cea mai frumoasă formă a ei. Îmi doresc să vizitez și mai multe orașe și obiective turistice din România, iar

**CARTE DE VIZITĂ:**  
**MAXENCE DIDIER-VIAL,**  
**39 DE ANI,**  
**FINANCE AND COMPLIANCE DIRECTOR,**  
**EDENRED ROMÂNIA**

1. În 2010, s-a alăturat echipei Edenred și a avut ocazia să lucreze la birourile din Franța, Republica Cehă, iar acum în România;
2. De-a lungul anilor, a avut funcții precum CFO, CFO regional sau controlor financiar;
3. Înainte de a lucra la Edenred, a lucrat în cadrul Accor, în rolul de controlor de gestiune;
4. Printre hobby-urile sale se numără schiul, rugby-ul și cinematografia.



**RATING DE ȚARĂ**  
**Infrastructură: \*\***  
**Siguranță: \*\*\*\***  
**Educație: N/A**  
**Lifestyle: \*\*\*\***  
**Sistem de sănătate: \*\*\***  
**Servicii: \*\*\*\***  
**Media: \*\***

Nota de la 1 la 5 pe care Maxence Didier-Vial o acordă României:

\*Sistemului de sănătate îi acordă două stele în ceea ce privește infrastructura și patru în ceea ce privește doctorii

**200**

de angajați sunt în echipa Edenred România

pe listă se află Castelul Bran, cu ale sale legende, Sighișoara și Cluj.” De acasă, din țara natală, cel mai mult îi lipsește clasică baghetă franțuzească. „Nu există nimic care să o poată înlocui, dar din fericire mergem de aproximativ 2-3 ori pe an în Franța, în principal în vacanța de vară sau cea de Crăciun, iar atunci mă pot bucura de bagheta franțuzească, de care îmi este dor tot timpul anului.”

**R** OMÂNII, PERFORMERI DE TOP ÎN MAI MULTE DOMENII. Din punctul de vedere al pieței de business și al angajaților, făcând o comparație între piața locală și Franța, el spune că vorbim despre două țări similare, fără diferențe uriașe. „Acest lucru ne face pe noi, francezii, să ne simțim foarte bine în România, ca acasă. Într-adevăr, cultura diferă puțin, dar nu este nici ea foarte departe de cea din Franța. Am locuit și în Republica Cehă, iar diferența dintre Franța și Cehia era sesizabilă.”

Aici apreciază, de asemenea, foarte mult mindsetul angajaților, pe care îl vede zi de zi la colegii din Edenred România, și care consideră că se reflectă și în piață. „Implicarea, angajamentul și «going the extra mile» sunt doar câteva dintre caracteristicile pe care le observ la angajații din România. Într-adevăr, uitându-mă la piață și la angajați observ, poate, o fluctuație mai mare a personalului, însă aceasta poate fi o tendință generală. Cred cu tărie și sper ca soluțiile pe care le propunem noi, la Edenred, pentru angajați și angajatori, să mărească și nivelul de retenție în companii.”

**U** N LIDER TRANSFORMAȚIONAL. Despre sine îi place să creadă că este un lider transformațional, partener de business și strateg.

„În ceea ce privește valorile pe care ar trebui să le posede un lider, cea mai importantă este simplitatea. De ce am ales astfel? Pentru că, de fapt, nu este atât de ușor să faci lucrurile simplu, dar într-un mod excepțional.” În rolul pe care îl deține în prezent spune că cea mai mare provocare a fost gestionarea transformării departamentului pe care îl conduce. „Aceasta a început în urmă cu doi ani și încă nu s-a finalizat, pentru că se bazează pe trei piloni importanți. Vorbim, în primul rând, de oameni – ai nevoie de oamenii potriviți, la locul potrivit, ca să folosesc o altă expresie auzită în România. Practic, consider că este important ca fiecare angajat să fie potrivit pentru rolul pe care îl ocupă, astfel încât beneficiile să fie maxime. În al doilea rând, vorbim despre procesele interne – trebuie să vedem dacă procesele noastre sunt eficiente și dacă sunt în concordanță cu strategia companiei. Aici este nevoie de multă răbdare și pasiune pentru a vedea cele mai bune calități ale fiecărui angajat și cum pot ajuta departamentul să crească. Nu în ultimul rând, avem automatizarea procedurilor globale, cu scopul de a

câștiga eficiență, dar și scalabilitate.”

El consideră că cel mai bun mod de a evita stresul și presiunea este de a prioritiza sarcinile, dar și scopul acestora. „Este important să păstrăm doar subiectele urgente și importante, într-o primă etapă, într-un mod cât mai structurat. Obiectivele mele de zi cu zi sunt de a încerca să păstrez nivelul de stres pentru mine și de a nu-l transfera echipei mele. Fac acest lucru pentru că echipa este sursa mea de energie, iar cu cât aceasta este mai echilibrată, cu atât lucrurile se vor rezolva și mai rapid.” În plus, adaugă că să fii lider poate fi o provocare, „dar este partea care îmi aduce cele mai mari satisfacții profesionale în rolul pe care îl ocup.”

O agendă zilnică standard nu are, „dar am câteva puncte pe care mă străduiesc să le bifez zilnic. În primul rând, îmi propun să ajung la birou în

intervalul 8:30 - 9:00, să petrec timp cu echipa mea și cu colegii, să discutăm împreună despre taskurile zilei. Pentru mine este foarte important să răspund la e-mailuri în prima parte a zilei, pentru a mă asigura că toate lucrurile sunt sub control”. De asemenea, un alt aspect peste care nu îi place să treacă este prânzul. „Încerc tot timpul să îmi iau pauza de prânz și să mănânc cât mai sănătos posibil. Face parte din valorile mele și mă bucur că lucrez la o companie care promovează activ un stil de viață echilibrat, prin campanii

care susțin oamenii să-și prioritizeze starea de bine.” Spre sfârșitul programului se asigură că a rezolvat toate situațiile urgente, iar ulterior, în drum spre casă, încearcă să rememoreze momentele cheie ale zilei și să se gândească dacă a gestionat bine anumite situații, analizând totodată și cum ar fi putut să le gestioneze și mai bine. „Când ajung acasă, mă deconectez de la tot ce înseamnă job și petrec timpul cu familia mea. Consider că este necesar să avem un echilibru între viața privată și cea profesională și să încercăm, pe cât se poate, să ne facem joburile cât mai bine. Fie că vorbim despre jobul de Finance and compliance director sau cel de membru al familiei.”

La final, Maxence Didier-Vial le transmite altor tineri aflați la început de carieră că „cel mai important este să fii team-player, ca în sport, și să lucrezi cu oameni care sunt mai buni decât tine, pentru că așa vei învăța și progresezi mai repede decât îți poți imagina.” ■

## „IMPLICAREA, ANGAJAMENTUL ȘI «GOING THE EXTRA MILE» SUNT DOAR CÂTEVA DINTRE CARACTERISTICILE PE CARE LE OBSERV LA ANGAJAȚII DIN ROMÂNIA.”

**MAXENCE DIDIER-VIAL,  
FINANCE AND COMPLIANCE DIRECTOR,  
EDENRED ROMÂNIA**



**ZIARUL  FINANCIAR**

TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS

BANCA  **TRANSILVANIA<sup>®</sup>**

 **vodafone**  
business

# Afaceri de la **zero**

Intră pe platforma  
**[www.zf.ro/afaceri-de-la-zero](http://www.zf.ro/afaceri-de-la-zero)**  
și citește zilnic despre  
o nouă afacere cu potențial

PENTRU CEI MAI MULȚI LIDERI AFLAȚI LA CÂRMA COMPANIILE DIN SECTORUL PUBLIC, UNUL DINTRE CELE MAI IMPORTANTE ELEMENTE ALE POZIȚIEI PE CARE O DEȚIN ESTE STABILITATEA OFERITĂ DE LOCUL DE MUNCĂ, PE CÂND DOAR O MICĂ PARTE PUN SALARIILE PE PRIMUL LOC. SUB UMBRELA PROTECTOARE ȘI SIGURĂ A STATULUI LUCREAZĂ O MASĂ DE EXPERTI FOARTE BINE PREGĂTIȚI, DAR ÎN CONTINUARE ESTE CONSTANT NEVOIE DE PROGRAME DE TRAINING ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ PENTRU A CREȘTE PUTERNIC PERFORMANȚA ACESTUI SECTOR. CÂT DE DISPUSE SUNT INSTITUȚIILE STATULUI SĂ INVESTEASCĂ ÎN PROGRAME DE PREGĂTIRE A ANGAJAȚILOR ȘI CÂT DE DESCHIȘI SUNT ACEȘTIA SĂ LE URMEZE?

HR

DE RAMONA CORNEA



# O CARIERĂ SUB UMBRELA PROTECTOARE A STATULUI

**A**ngajații din sectorul public apreciază cel mai mult siguranța locului de muncă, lucru explicabil în contextul incertitudinii economice din ultimul deceniu și al multiplelor perioade de criză. Spre deosebire de mediul privat, unde angajatorii au făcut ajustări de personal în perioade economice dificile, în sectorul public nu s-au făcut restructurări, iar acest lucru a fost apreciat de angajați”, afirmă Andrei Goșu, managing partner al companiei de training și consultanță în domeniul dezvoltării organizaționale Ascendis.

Potrivit unui sondaj realizat de aceasta, aproape trei sferturi (74%) dintre liderii din sectorul public consideră că stabilitatea oferită de locul de muncă este foarte importantă ca element de atractivitate în cadrul instituției pe care o conduc, pe când pachetul salarial și de

beneficii este considerat foarte important doar de 35% dintre respondenți.

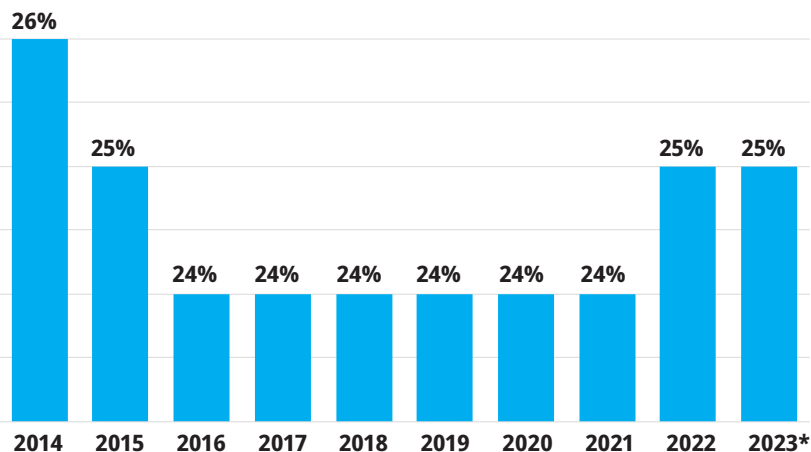
Atunci când vine vorba de metodele de creștere a performanței din sectorul public, peste 60% dintre liderii chestionați consideră că îmbunătățirea competențelor angajaților și implementarea unui sistem de remunerare pe bază de performanță ar fi cele mai eficiente metode de a îmbunătăți performanța instituției în care activează. „Vrem un forum al angajaților din instituțiile publice pentru că noi credem că, deși competențele sunt similare și provocările pot fi identice (cu mediul privat – n. red.), există un specific în instituțiile publice. Nu întotdeauna ceea ce merge în companiile private merge și în instituțiile publice. În instituțiile publice avem nevoie de competențe, avem nevoie de management și de leadership, avem nevoie

**1,28**

de milioane de salarii din România lucrează în sectorul public

**64%**

dintre angajații din sectorul public lucrează în sectorul serviciilor medicale și asistență socială sau învățământ



### CREȘTERE UȘOARĂ ÎN ULTIMII DOI ANI

Evoluția ponderii angajaților din instituțiile publice în numărul total de angajați în perioada 2014 - 2023

\*Pentru 2023 datele sunt aferente lunii martie.

Sursa: INS, Ministerul de Finanțe, calcule Ascendis

bine de două decenii, trainerii de la Ascendis au oferit programe de pregătire în mediul privat, iar în ultimii ani am avut câteva proiecte de training și de transformare a culturii organizaționale în sectorul public. Am constatat că există o masă critică de experți foarte bine pregătiți și la stat și că ponderea angajaților performanți din sectorul public este semnificativă”, scrie Marius Opriș în studiul realizat de compania sa.

### MOTORUL ECONOMIEI RĂMÂNE MEDIUL PRIVAT

Cu toate acestea, miracolul economic prin care a trecut România în ultimii ani, reușind să avanseze chiar dacă frânele au fost trase, a avut ca motor sectorul privat, iar motivele pentru care sectorul public nu a contribuit în egală măsură la această creștere sunt legate de sistemul de lucru din companiile publice, de cultura organizațională de acolo, crede el. „Chiar dacă România s-a dezvoltat inegal, iar mediul rural și zonele cu infrastructură deficitară au rămas sărace, în orașele dezvoltate puternic performanța sectorului privat este similară cu cea din vest, iar nivelul de trai al angajaților a crescut foarte mult. În schimb, sectorul public, care are oameni bine pregătiți, de multe ori la un nivel similar cu cei din sectorul privat, și care a reușit să-i atragă prin salarii mai mari, nu a contribuit la creșterea economică a României. O parte dintre motivele pentru care acest lucru s-a întâmplat a fost reprezentat de faptul că ei activează într-un sistem și într-o cultură care nu a promovat dezvoltarea și nu a integrat bunele practici existente în sistemul privat”, a detaliat Marius Opriș.

Peste jumătate dintre liderii companiilor publice, respectiv 52% spun că există o procedură prin care se identifică nevoile de training ale angajaților și, în medie, o instituție publică a cheltuit 1.000 de lei per angajat pentru

și de procese, și de structuri, și de reguli, și de norme, și de proceduri, dar avem nevoie și de un set de valori. Performanța este direct influențată de atitudini și comportamente”, a spus Andrei Goșu în cadrul unei conferințe organizate de Ascendis și BNR.

Potrivit lui, schimbările mici de comportamente în rândul angajaților din sectorul public ar putea aduce un rezultat extraordinar în creșterea performanței instituțiilor publice, iar o componentă importantă în această direcție o reprezintă investiția în programe de training.

### UN MIT FRECVENT

La rândul său, Marius Opriș, partener în cadrul Ascendis, spune că, din proiectele de training și de transformare a culturii organizaționale pe care compania sa le-a desfășurat în sectorul public a constatat că există experți foarte bine pregătiți și la stat. „<Angajații de la stat sunt mult mai puțin performanți decât cei din privat>. Acesta este, probabil, cel mai mare mit care circulă în societatea românească și care naște mereu controverse. Timp de mai



*„În instituțiile publice avem nevoie de competențe, avem nevoie de management și de leadership, avem nevoie și de procese, și de structuri, și de reguli, și de norme, și de proceduri, dar avem nevoie și de un set de valori.”*

**ANDREI GOȘU,**  
MANAGING PARTNER,  
ASCENDIS



### COMPETENȚELE DIGITALE, PRIORITARE PENTRU ANGAJAȚII DIN SECTORUL PUBLIC

Clasamentul domeniilor de training pe care liderii din companiile publice le consideră cele mai importante pentru dezvoltarea competențelor angajaților lor

Sursa: sondaj Ascendis

# 1.000

de lei/salariat, media sumelor anuale investite de BNR în formarea angajaților

programele de training din 2022. „Nu există un etalon în ceea ce privește investiția în instruirea angajaților din România, avem clienți care investesc 400 de euro per an per angajat și clienți care alocă sume de cinci ori mai mari. Oricum ne-am uita la această sumă, per ansamblu ea este mică, pentru că România se află pe ultimul loc în Uniunea Europeană la capitolul investiției în training, chiar și sub Bulgaria, rivala noastră în toate clasamentele”, spune Andrei Goșu.

Liderii din sectorul public au avut răspunsuri variate când au fost întrebați care a fost costul trainingului per angajat în 2022, de la 300 de lei per angajat până la 2.000 de lei per angajat. „Cu mici schimbări de comportament în domeniul public, eu cred ca rezultatul ar fi impresionant, de la simpla interacțiune cu cetățeanul până la eficientizarea proceselor din instituții. Într-unul dintre proiectele mari din sectorul public pe care le-am avut în ultimii ani am văzut că acest lucru este posibil, iar oamenii au învățat să interacționeze altfel între ei. Procesele sunt esențiale, dar comportamentele și felul în care oamenii interacționează între ei sunt vitale. Statul este o dovadă vie că, deși are angajați competenți, cultura, climatul și atmosfera din instituțiile publice nu aduc aceeași eficiență ca în alte state europene”, este de părere Andrei Goșu.

Orice instituție, că e de stat sau privată, are nevoie de procese clare și de un sistem de valori care să conducă spre performanță, crede el. „În acest moment, sectorul public este deficitar la atmosfera de lucru și sistemele de valori, iar noi le putem îmbunătăți prin programele noastre, antrenând și consolidând competențele

și comportamentele oamenilor”, a subliniat reprezentantul Ascendis.

Un număr de 454 de angajați ai Băncii Naționale a României, reprezentând aproape un sfert din totalul celor peste 2.000 de angajați ai instituției, au participat anul trecut la programe de training. Creșterea capacității de adaptare la nou și consolidarea expertizei profesionale sunt principalele obiective de formare ale angajaților BNR și în 2023, după a explicat Mugur Tolici, directorul de resurse umane al BNR, în studiul Ascendis.

„Anul 2023 a fost declarat de Comisia Europeană anul dezvoltării competențelor. Premisa de la care s-a pornit a fost aceea că dezvoltarea competențelor nu asigură doar șanse crescute pentru realizarea unei cariere de succes, ci și mai multă inovare, o mai bună competitivitate a companiilor și o contribuție mai însemnată la realizarea unei creșteri economice sustenabile. Forumul Economic Mondial estimează în cadrul raportului «Viitorul joburilor» din 2021 că, pentru a se adapta la noul loc de muncă bazat în mare parte pe tehnologie, angajații din sectorul public vor trebui să-și dezvolte aproximativ 40% din competențele de bază în următorii cinci ani”, a spus Mugur Tolici, în conferinței organizată de BNR și Ascendis.

Potrivit lui, Banca Națională a României are în acest moment 2.069 de salariați, care își desfășoară activitatea în sediul central din București și în cele 19 structuri teritoriale, șase sucursale regionale și 13 agenții. „Anul 2022 a fost un an activ din punct de vedere al formării profesionale. Aproape un sfert dintre

[www.zf.ro/zf-agropower](http://www.zf.ro/zf-agropower)

**ZIARUL  FINANCIAR**  
- TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS -

BANCA  TRANSILVANIA®

**PENNY.**

# ZF AGROPOWER

## 2023

**AGROBUSINESS-UL  
PRINDE PUTERE,  
ÎN FIECARE LUNI  
DE LA ORA 10:00**

URMĂREȘTE EMISIUNEA PE **ZF.RO**,  
FACEBOOK ȘI YOUTUBE **ZIARUL FINANCIAR.**



*„Sectorul public, care are oameni bine pregătiți, de multe ori la un nivel similar cu cei din sectorul privat, și care a reușit să-i atragă prin salarii mai mari, nu a contribuit la creșterea economică a României. O parte dintre motivele pentru care acest lucru s-a întâmplat a fost reprezentat de faptul că ei activează într-un sistem și într-o cultură care nu au promovat dezvoltarea și nu au integrat bunele practici existente în sistemul privat.“*

**MARIUS OPRIS,  
PARTENER ÎN CADRUL  
ASCENDIS**

**74%**

**dintre liderii** din sectorul public consideră că stabilitatea oferită de locul de muncă este foarte importantă ca element de atractivitate în cadrul instituției pe care o conduc

**DOAR  
35%**

**dintre aceștia** spun același lucru despre pachetul salarial și de beneficii

salariații băncii (454 de persoane) au cumulat 760 participări la programe de perfecționare profesională, însumând, în total, 2.671 de zile de training. Aproximativ 90% din participări au fost ale salariaților cu funcție de execuție”, a detaliat el.

În ceea ce privește sumele anuale investite în formarea angajaților, el spune că media este de 1.000 de lei per an per salariat. „Investiția anuală în dezvoltarea profesională a angajaților este de circa 1.000 de lei per salariat, fiind influențat în ultimii ani de cursurile organizate online. Prin reducerea costului per salariat ca urmare a creșterii participării la programele desfășurate online, am reușit să asigurăm accesul unui număr mai mare de salariați la programe tehnice, soft skills sau manageriale”, a explicat reprezentantul BNR.

### **FUNCȚIONARI PUBLICI MAI PREGĂTIȚI, CETĂȚENI MAI MULȚUMIȚI**

Oana Matache, viceprimar al Municipiului Buzău, spune că primăria pe care o conduce are în prezent 600 de angajați, din care anual aproximativ 40 sunt integrați în diverse programe de formare profesională. Când vine vorba despre aceste programe de training, provocarea principală apare inițial atunci când unii dintre angajați manifestă o anumită doză de rețineră. „«Ce nevoie am să intru în acest program de formare când am deja atât de mult de lucru?». Pe parcurs însă apare automat și răspunsul la această dilemă, mai ales atunci când chiar angajați primesc un feedback pozitiv de la cetățenii mulțumiți că, în Primăria Buzău, în loc de 30 de zile de răspuns la o solicitare, se poate, după caz, răspunde și în trei zile. Prin procedurile specifice ale departamentului de resurse umane, nevoia reală de instruire a tuturor categoriilor de personal din cadrul instituției noastre este identificată anual și soluționată prin achiziționarea cursurilor de instruire adecvate”, a spus ea.

George Turcu, managing partner al portalului Ghidul Primăriilor, spune că organizațiile private cu care colaborează au semnalat în repetate rânduri faptul că sectorul public este expus la riscuri financiare majore din cauza achizițiilor publice neperformante și pledează pentru modernizarea practicilor de achiziții publice și pentru implementarea unor modele performante, bazate pe know-how-ul funcționarilor publici, care să prioritizeze calitatea achiziției.

„Inclusiv Iuliana Feclistov, președintele Agenției Naționale pentru Achiziții Publice, a declarat pentru Ghidul Primăriilor că cea mai mare provocare din sectorul public o



*„Anul 2022 a fost un an activ din punct de vedere al formării profesionale. Aproape un sfert dintre salariații băncii (454 de persoane) au cumulat 760 participări la programe de perfecționare profesională, însumând, în total, 2.671 de zile de training. Aproximativ 90% din participări au fost ale salariaților cu funcție de execuție.“*

**MUGUR TOLICI,  
DIRECTORUL DE RESURSE UMANE AL BNR**

reprezintă pregătirea personalului din domeniul achizițiilor și a adăugat că prioritatea zero pentru ANAP este stabilirea unor standarde înalte de performanță pentru funcționarii care gestionează achizițiile publice. Așadar, din discuțiile pe care le-am purtat mai ales cu mediul de afaceri care colaborează cu sectorul public, domeniile care au nevoie urgent de specialiști sunt: achizițiile publice, direcțiile de urbanism / cadastru și domeniul accesării fondurilor europene”, a detaliat el.

### **STATUL, ANGAJATOR PENTRU UN SFERT DIN SALARIAȚI**

Circa 1,28 milioane de salariați din România lucrează în sectorul public, reprezentând un sfert din totalul salariaților din economie, potrivit datelor centralizate de Ascendis pe baza informațiilor de la Institutul Național de Statistică și de la Ministerul de Finanțe.

Aproape două treimi (64%) dintre angajații din sectorul public lucrează în sectorul serviciilor medicale și asistență socială sau în învățământ, acestea fiind categoriile care au împreună aproape 800.000 de salariați în administrația publică sunt activi circa 210.000 de funcționari, iar numărul acestora a rămas relativ constant în ultimii ani.

Numărul de angajați din sectorul public a rămas relativ constant în ultimul deceniu și a cunoscut un vârf în perioada 2007- 2008, când aproximativ 1,5 milioane de angajați lucrau într-o instituție de stat din România, conform datelor oficiale citate de Ascendis. ■

# ABONEAZĂ-TE LA

# ZF CORPORATE.ro

și beneficiezi de acces la tool-ul interactiv  
**Top 1.000 cele mai mari companii din România.**

**Instrument util**

pentru orice CEO, consultant, avocat, bancher din România.



**Abonamentul ZF Corporate îți aduce și:**

- \* Acces la **peste 150 ARTICOLE** publicate zilnic – analize, interviuri, știri create de cei mai buni jurnaliști din România.
- \* Acces la cea mai mare **BAZĂ DE INFOGRAFICE ȘI HĂRȚI DE BUSINESS.**
- \* **250 EDIȚII PRINT** Ziarul Financiar și **50 EDIȚII print** revista Business Magazin.
- \* **14 ANUARE** și **PESTE 30 DE SUPLIMENTE TEMATICE** editate de Ziarul Financiar și Business Magazin.
- \* Topul celor mai **MARI COMPANII** din 80 de piețe.
- \* ediția **E-PAPER** a **ZIARULUI FINANCIAR**, cu 12 ore înainte de apariția pe piață.

## OXIGEN PENTRU BUSINESS-UL TĂU!

CONTACT VÂNZĂRI:

DIANA JURUBIȚĂ / diana.dragnea@m.ro / 0745.091.750 | SILVIA POPA / silvia.popa@m.ro / 0747.497.144

**DIN  
CULISELE  
TRANZACTIEI  
CARE A PUS  
STOMATOLOGIA  
ÎN PRIM-PLAN.  
CE URMEAZĂ?**



## COVER STORY

DE GEORGIANA MIHALACHE

**INTEGRAREA ÎNTR-UN GRUP MEDICAL MARE, O DIVIZIE NOUĂ DE BUSINESS, PRIMA ACHIZIȚIE PARȚIALĂ DE ACȚIUNI, CÂTEVA MILIOANE DE EURO. ACESTE LUCRURI AU FOST ÎN JOC ÎN MOMENTUL PRELUĂRII UNUI PACHET DE 51% DIN ACȚIUNILE CLINICILOR DENTARE DR. LEAHU DE CĂTRE REȚEAUA DE SĂNĂTATE REGINA MARIA. RESTUL DE 49% DIN ACȚIUNI AU RĂMAS LA FONDATORUL BRANDULUI, CARE SE VA OCUPA ÎN CONTINUARE DE EXTINDERE. BUSINESS MAGAZIN INTRĂ ÎN CULISELE TRANZACȚIEI CARE A PUS STOMATOLOGIA ÎN PRIM-PLAN.**

Tranzacțiile din zona serviciilor medicale private au relativ puține șanse să mai surprindă, având în vedere dezvoltarea spectaculoasă din ultimii ani a pieței locale. Totuși, la jumătatea anului 2023 anunțul privind preluarea unui pachet de 51% din acțiunile Clinicilor dentare Dr. Leahu de către rețeaua Regina Maria a mișcat piața medicală. Achiziția a bifat rând pe rând mai multe elemente de surpriză - intrarea operatorului medical pe piața stomatologică, menținerea în acționariat și a fondatorului businessului, dar și direcția de integrare a stomatologiei în medicina generală. Ce urmează nou în piață? „Urmărim de mulți ani dinamica pieței de stomatologie, iar acum a venit momentul oportun să facem acest prim pas, care marchează și deschiderea noastră către o consolidare a acestui domeniu în România. Stomatologia este o piață cu un foarte bun potențial de dezvoltare. Împreună cu echipa ambițioasă și performantă construită de Dr. Ionuț Leahu, vom aduce și mai multe servicii cu valoare adăugată pentru pacienții români, într-un continuum al îngrijirii medicale de calitate. În medicină, viitorul se construiește cu viziune și strategii pe termen lung. Preferăm să vorbim mai puțin și să facem mai mult, iar intrarea pe nișa de stomatologie a venit și din preocuparea noastră constantă pentru educație medicală și prevenție”, spunea Fady Chreih, CEO-ul rețelei Regina Maria. Restul de 49% din acțiunile rețelei de clinici dentare rămâne la fondatorul businessului, medicul Ionuț Leahu, iar fondul de investiții Morphosis Capital, care avea 25% din acțiuni anterior tranzacției a ieșit complet din businessul dentar.

## ETAPELE UNEI TRANZACȚII

Nouă luni au durat negocierile dintre rețeaua Regina Maria și Clinicile Dr. Leahu de la primele discuții până la semnarea acordului de parteneriat și vânzarea de acțiuni.

Discuțiile s-au purtat între doi jucători de talie mare pe piețele pe care activează, iar anunțul a fost o surpriză în contextul în care este prima tranzacție realizată de rețeaua Regina Maria în care nu cumpără pachetul complet de acțiuni.



**„DACĂ ACUM AVEM 5.000 DE PACIENȚI PE LUNĂ, ESTIMĂM CĂ PÂNĂ LA FINALUL LUI 2023 NUMĂRUL ACESTORA SĂ CREASCĂ EXPONENȚIAL, PENTRU CĂ AVEM DISPONIBILITATEA ȘI CAPACITATEA SĂ TRATĂM ACEST NUMĂR DE OAMENI. DIN PUNCT DE VEDERE AL BUSINESS-ULUI, PENTRU 2023 TARGETUL NOSTRU RĂMÂNE CONSTANT, VIZĂM O CREȘTERE DE 10% A CIFREI DE AFACERI. ÎN ACELAȘI TIMP, RĂMÂNEM DESCHIȘI OPORTUNITĂȚILOR DE PARTENERIERE ÎN CADRUL REȚELEI!”**

**DR. IONUȚ LEAHU,  
FONDATORUL CLINICILOR DENTARE DR. LEAHU**

## PRIMII PAȘI ÎN NOUA ETAPĂ

După achiziție, primul pas pentru cele două părți, astăzi parteneri în business, este să își cunoască noii colegi. Medicul Leahu vede deja primele direcții de networking între echipele care sunt acum pe același „teren de luptă” cu problemele de sănătate ale pacienților. Ca ținte, fondatorul Clinicilor Dr. Leahu menționează creșterea numărului de pacienți care vin lunar în cabinetele stomatologilor din cele 19 unități deschise până acum. „Ne așteptăm însă la o creștere de până la 30-40% a numărului de pacienți care accesează serviciile Clinicilor Dentare Dr. Leahu lunar. Dacă acum avem 5.000 de pacienți pe lună, estimăm că până la finalul lui 2023 numărul acestora să crească exponențial, pentru că avem disponibilitatea și capacitatea să tratăm acest număr de oameni. Din punct de vedere al business-ului, pentru 2023 targetul nostru rămâne constant, vizăm o creștere de 10% a cifrei de afaceri. În același timp, rămânem deschiși oportunităților de parteneriere în cadrul Rețelei”, a mai spus Ionuț Leahu.

## MEDICINĂ, DIN CAP PÂNĂ ÎN PICIOARE

Fondatorul Clinicilor Dr. Leahu a vorbit în ultimii ani despre ștergerea granițelor dintre stomatologie și medicina generală. Potrivit acestuia, multe probleme de sănătate au ca „focar” problemele stomatologice, iar în cazul multor pacienți, vizita la dentist a fost prima interacțiune cu un medic după mulți ani. Astfel, stomatologii au descoperit, alături de problemele dentare specifice, și boli de inimă, diabet. „Coordonarea strânsă și comunicarea între profesioniștii din domeniul medical și stomatologic sunt necesare pentru a oferi îngrijire integrată și pentru a asigura rezultate optime ale tratamentului. Atât medicina generală, cât și stomatologia urmăresc să îmbunătățească bunăstarea pacientului și calitatea vieții”, a explicat Ionuț Leahu. Chiar dacă specializările și modalitățile de tratament pot diferi între cele două ramuri ale medicinei, punctul comun în care se întâlnesc și de unde se poate construi în aceeași direcție îl reprezintă sănătatea pacienților. „Prin unirea resurselor de care dispunem noi cu resursele de care dispune liderul calității medicale din România, extindem infrastructura și accesibilitatea serviciului medical integrat de cea mai înaltă calitate, pentru un număr cât mai mare de români”, a mai adăugat Ionuț Leahu.

## O NOUĂ DIVIZIE ÎN PORTOFOLIU

În ultimii 10 ani, rețeaua de sănătate Regina Maria a investit peste 200 de milioane de euro în dezvoltarea sistemului medical din România, prin modernizarea sau deschiderea de noi locații, achiziția de aparatură performantă și pregătirea echipelor medicale. În total, rețeaua Regina Maria a preluat în totalitate și a integrat peste 35 de alți jucători de pe piață, având o prezență în mai mult de jumătate din județele țării și acoperire națională. La nivel național, peste 330 clinici partenere numără rețeaua medicală. Compania reunește peste 8.500 de angajați și colaboratori, iar în spitalele, maternitățile, policlinicile, laboratoarele de sub umbrela Regina Maria înră anual peste 6 milioane de pacienți. În 2023, Regina Maria a lansat un nou proiect medical - EXAVET, primul laborator de analize și imagistică veterinară din cadrul rețelei, marcând intrarea pe o piață nouă pentru liderul în calitatea serviciilor medicale din România. O altă premieră și piață nouă pentru operatorul privat este din iunie 2023 și stomatologia.

# 5.000

DE PACIENȚI PE LUNĂ ARE ÎN PREZENT REȚEAUA CLINICILOR DENTARE DR. LEAHU

# 19

UNITĂȚI ALCĂTUIESC REȚEAUA CLINICILOR DENTARE DR. LEAHU

# 132,4

MIL. LEI, VENITURILE CUMULATE ALE REȚELEI ÎN 2022, ÎN CREȘTERE CU 31% FAȚĂ DE 2021

## ISTORIA CLINICILOR DR. LEAHU

ÎN 2011 APĂREA PRIMA CLINICĂ DR. LEAHU ÎN BUCUREȘTI, FONDATĂ DE MEDICUL IONUȚ LEAHU

LA FINALUL LUI 2020, REȚEAUA DE CLINICI DENTARE A LISTAT OBLIGAȚIUNI DE 10 MILIOANE DE LEI LA BURSA DE LA BUCUREȘTI

ÎN 2020 A ANUNȚAT DESCHIDEREA PRIMEI UNITĂȚI ÎN AFARA ȚĂRII, LA LONDRA

TOT ÎN 2020, FONDUL DE INVESTIȚII MORPHOSIS CAPITAL A INTRAT ÎN ACȚIONARIATUL CLINICILOR DR. LEAHU, PRELUÂND UN PACHET DE 25%

ÎN ULTIMII ZECE ANI, DIN 2011 PÂNĂ ÎN PREZENT, BRANDUL S-A EXTINS ȘI ARE 19 UNITĂȚI ÎN TOATĂ ȚARA, ÎN 13 DINTRE CELE MAI MARI ORAȘE

ÎN 2023, REȚEAUA REGINA MARIA A CUMPĂRAT 51% DIN ACȚIUNILE CLINICILOR DR. LEAHU, IAR MEDICUL FONDATOR A PĂSTRAT 49%

# AMPRENTA DR. LEAHU

În peste 10 ani de activitate pe piața stomatologică din România, brandul Dr. Leahu a ajuns pe 19 clinici în cele mai importante orașe din țară. În total, pacienții din cele 13 orașe au acces la 169 de cabinete, fiind cea mai extinsă rețea stomatologică din țară. De altfel, dezvoltarea integrată, ca o rețea, este mai degrabă o excepție în domeniul stomatologiei, iar Clinicile Dr. Leahu sunt printre jucătorii pionieri în această piață. În 2022, veniturile cumulate ale rețelei au fost de 132,4 mil. lei, în creștere cu 31% față de 2021. Prin comparație, în piața medicală privată, operatorii au căutat să dezvolte integrat businessurile și să deschidă noi unități, să se extindă, pentru a ajunge astfel la cât mai mulți pacienți. Această strategie este comună mai ales marilor jucători, cu putere de investiție, dar se poate vedea și în rândul unor businessuri mai mici.

Clinicile dentare Dr. Leahu reunesc o echipă de 500 de angajați, dintre care 200 de medici și specialiști în anestezie generală. Fiecare clinică integrează cel puțin un centru de radiologie dentară digitală. Rețeaua dispune și de propriul centru de instruire pentru medici specialiști, medici rezidenți și asistenți medicali. Peste 5.000 de pacienți trec lunar pragul clinicilor de stomatologie. Pe hartă, Dr. Leahu a mers cu clinici în cele mai importante orașe ale țării: București, Cluj-Napoca, Brașov, Timișoara, Iași, Sibiu, Constanța, Oradea, Craiova, Galați, Turda, Ploiești și Pitești. În plus, deține și un portofoliu de 17.000 de abonamente dentare.

MATERIAL  
SUSȚINUT DE  
REGINA MARIA

## VÂNTUL SCHIMBĂRII ÎN STOMATOLOGIE

Până în prezent, piața cabinetelor dentare s-a dezvoltat mult, însă fragmentat. Medicii stomatologi au deschis businessuri proprii, însă nu au făcut și pasul spre consolidare, spre extindere. În același timp, au evoluat și tehnologia și nivelul de performanță din cabinetele dentare, dar și solicitările pacienților, care vor servicii integrate.

„În momentul de față, piața de stomatologie din România cunoaște o pantă ascendentă în privința ofertelor pentru pacienți, care sunt din ce în ce mai diverse, dar care din păcate nu sunt centrate pe experiența pacienților și educație pentru sănătate orală”, a mai spus Ionuț Leahu. Iar statistica plasează România pe ultimele locuri privind frecvența cu care pacienții ajung la dentist. Media la nivel național arată că un român nu ajunge nici măcar o dată pe an la un consult stomatologic (0,4 consultații per capita într-un an), potrivit datelor Eurostat. Lipsa cabinetelor dentare și în zonele defavorizate, în sate, dar și prețurile pentru consultul și tratamentele stomatologice țin oamenii la distanță de clinicile dentare, mai ales că



**„URMĂRIM DE MULȚI ANI DINAMICA PIEȚEI DE STOMATOLOGIE, IAR ACUM A VENIT MOMENTUL OPORTUN SĂ FACEM ACEST PRIM PAS, CARE MARCHEAZĂ ȘI DESCHIDERA NOASTRĂ CĂTRE O CONSOLIDARE A ACESTUI DOMENIU ÎN ROMÂNIA. STOMATOLOGIA ESTE O PIAȚĂ CU UN FOARTE BUN POTENȚIAL DE DEZVOLTARE. ÎMPREUNĂ CU ECHIPA AMBİȚIOASĂ ȘI PERFORMANTĂ CONSTRUITĂ DE DR. IONUȚ LEAHU, VOM ADUCE ȘI MAI MULTE SERVICII CU VALOARE ADĂUGATĂ PENTRU PACIENȚII ROMÂNI, ÎNTR-UN CONTINUUM AL ÎNGRIJIRII MEDICALE DE CALITATE. ÎN MEDICINĂ, VIITORUL SE CONSTRUIEȘTE CU VIZIUNE ȘI STRATEGIE PE TERMEN LUNG. PREFERĂM SĂ VORBIM MAI PUȚIN ȘI SĂ FACEM MAI MULT, IAR INTRAREA PE NIȘA DE STOMATOLOGIE A VENIT ȘI DIN PREOCUPAREA NOASTRĂ CONSTANTĂ PENTRU EDUCAȚIE MEDICALĂ ȘI PREVENȚIE”**

**DECLARA FADY CHREIH, CEO-UL REGINA MARIA, LA MOMENTUL ANUNȚĂRII TRANZACȚIEI, POTRIVIT ZF.**

este o piață majoritar privată, iar decontările de la Casa de Asigurări sunt ne semnificative. „Este timpul consolidării, ne asumăm viitorul stomatologiei românești ca să putem construi împreună sustenabil și durabil. Acesta este momentul oportun pentru orice antreprenor din domeniul stomatologiei să se alăture unei rețele puternice, ale cărei servicii medicale sunt la cel mai înalt nivel de performanță din România. Fie că vorbim de antreprenori care au un singur cabinet ori care dețin deja mai multe cabinete, au șansa să ni se alăture, să construim împreună în beneficiul pacientului, oferind servicii de medicină dentară extraordinară”, susține medicul Ionuț Leahu.

## REBRANDING LA ORIZONT

Clinicile Dr. Leahu urmează să treacă printr-un proces de rebranding după integrarea în cadrul rețelei Regina Maria, pentru a dezvolta ulterior sub un nume comun divizia de stomatologie. „Cred că tot ce ține de rebranding este o provocare pentru toată lumea. În primul rând, pentru că este un proces de durată și complex care, în cazul de față, presupune sinergia dintre două branduri puternice, construite în ani de activitate. La momentul de față lucrăm alături de colegii din rețeaua Regina Maria pentru a stabili care este denumirea cea mai potrivită sub care ne vom integra în rețea și sub care vom construi în continuare”, a explicat medicul Ionuț Leahu.

## PROBLEMA CARE NU EXISTĂ, DAR AJUNGE SĂ COSTE

Medicul Ionuț Leahu expune o problemă pe care o resimte în profesia sa, și anume faptul că o bună parte dintre pacienți – 78%, consideră că nu au probleme stomatologice, astfel că nu vin la dentist. Peste această situație, se suprapun și statisticile privind vânzările scăzute de pastă și periute de dinți. „Majoritatea ajung în cabinetele medicilor stomatologi doar pentru urgențe și lucrări dentare de o complexitate mare – care presupun din start costuri la fel de ridicate, accesibilizarea serviciilor medicale stomatologice de bază pentru români și educarea populației în ceea ce privește prevenția în sănătate orală este obiectivul nostru principal”, a mai spus fondatorul Clinicilor Dr. Leahu.

# VIZIUNEA PENTRU DEZVOLTARE

Pentru a răspunde nevoii tot mai mare de servicii stomatologice este nevoie de un efort comun între medicii stomatologi, autorități, pacienți, comunitate. Ținta pentru toți aceștia ar trebui să fie sănătatea orală și starea generală a pacienților, având în vedere că afecțiunile stomatologice vin la pachet cu alte probleme de ordin fizic, dar și psihic.

Ca plan de acțiune, mediul Ionuț Leahu arată că promovarea educației în rândul pacienților privind problemele dentare, dar și investițiile în forța de muncă și în tehnologie vor construi viitorul în piața pe care activează. „Ne-am asumat rolul de lideri în domeniul sănătății orale, iar zona de prevenție va rămâne în focusul nostrum constant, educația populației cu privire la sănătatea orală rămâne pe primul plan pentru noi. Jucăm un rol crucial în educarea pacienților și abilitarea acestora să preia controlul asupra sănătății lor dentare. Asumându-ne un rol activ în educarea lor, putem contribui la îmbunătățirea domeniului sănătății orale pe termen lung, promovând îngrijirea preventivă și împuternicind pacienții să își asume responsabilitatea pentru bunăstarea dentară”, a completat medicul.

## ZÂNA MĂSELUȚĂ, TOT MAI CĂUTATĂ DE INVESTITORI

Tendința de cumpărare a unor businessuri stomatologice în ultimii ani a crescut accelerat, astfel că fonduri de investiții, dar și antreprenori români au investit în medicina dentară.

Alături de investiția Morphosis în cadrul Clinicilor Dr. Leahu în 2020, alte exemple de investiții în domeniul stomatologic sunt în 2021, când fondul de investiții EquiLiant Capital, fondat de frații Pavăl, proprietarii Dedeman, a preluat un pachet minoritar de acțiuni în rețeaua de clinici stomatologice Clinica Victoria, un business cu prezență în Pitești, Râmnicu Vâlcea și Slatina. La începutul lui 2022, fondul de private equity Abris Capital Partners a anunțat achiziția Dentstore, un distribuitor român de produse stomatologice, cu afaceri de 40 milioane de euro în 2021. Abris Capital

## ISTORIA REȚELEI REGINA MARIA

LA 30 NOIEMBRIE 1995 APĂREA CENTRUL MEDICAL UNIREA, UN NUME NOU ÎN PIAȚA SERVICIILOR MEDICALE PRIVATE, FONDAT DE DR. WARGHA ENAYATI.

UN AN MAI TÂRZIU, ÎN 1996, APĂREAU PRIMELE ABONAMENTE MEDICALE DIN PORTOFOLIUL REȚELEI REGINA MARIA.

ÎNCEPÂND DIN 2001 A PORNIȚ EXTINDEREA CU DESCHIDEREA DE NOI CLINICI.

ANII ULTERIORI - 2002-2005, AU FOST MARCAȚI DE EXTINDERI ȘI CLIEȚI MARI ATRAȘI ÎN PORTOFOLIUL DIN RÂNDUL COMPANIILOR CARE SOLICITAU SERVICIILE MEDICALE ALE REȚELEI REGINA MARIA.

ÎN 2006 CENTRUL MEDICAL UNIREA (CMU) ÎNIIȚIAZĂ UN PROCES DE ATRAGERE DE INVESTIȚII

ÎN FEBRUARIE 2007, GIGANTUL DE INVESTIȚII 3I PLC PREIA UN PACHET MINORITAR DE ACȚIUNI LA CMU.

ANUL 2008 MARCHEAZĂ PRIMA EXTINDERE ÎN AFARA BUCUREȘTIULUI, ÎN CLUJ NAPOCA

ÎN 2010, FONDUL DE INVESTIȚII ADVENT INTERNATIONAL PREIA O PARTICIPAȚIE MAJORITARĂ LA CMU.

ÎN PERIOADA 2011-2015 URMEAZĂ O STRATEGIE PUTERNICĂ DE EXTINDERE.

ÎN 2015, MID EUROPA - CEL MAI MARE FOND DE PRIVATE EQUITY CU INVESTIȚII ÎN EUROPA CENTRALĂ ȘI DE EST, PREIA PACHETUL INTEGRAL DE ACȚIUNI AL REȚELEI REGINA MARIA

DIN 2015 ȘI PÂNĂ ÎN PREZENT REȚEAUA REGINA MARIA S-A EXTINS CONSTANT ȘI A ACHIZIȚIONAT NOI BUSINESSURI, A DEZVOLTAT PROIECTE GREENFIELD, DAR A ȘI INVESTIT ÎN NIȘA NOI DE BUSINESS, CUM ESTE ȘI STOMATOLOGIA.

cumpărase anterior Denttotal, unul dintre cei mai mari distribuitori de produse stomatologice din România, dar și Dentatecnica, distribuitor de produse stomatologice din Bulgaria.

Astfel, deși este o piață extrem de fragmentată, în care medicii și-au deschis câte un cabinet și nu s-au extins în rețea, direcția este spre consolidare, încurajată și de „pariurile” unor investitori mari.

Cifra de afaceri realizată de cele peste 8.000 de companii care activează în domeniul asistenței stomatologice (cod CAEN 8623) este de 3,4 miliarde de lei în 2021, cel mai recent an pentru care există date publice. Cu un an în urma, în 2020, cifra de afaceri a fost de 2,4 miliarde de lei, însă rezultatele au fost puternic influențate de perioada de lockdown, când cabinetele stomatologice au fost închise timp de câteva luni, în perioada stării de urgență generată de pandemie.

**SPECIAL**

**POLITICĂ**

# CUM REUȘEȘTI SĂ ZGUDUI LUMEA CHIAZ DACĂ MERGI ÎN BASTON ȘI AI 100 DE ANI

RARI SUNT OAMENII CARE SĂ FI INFLUENȚAT EVOLUȚIA POLITICĂ A LUMII FĂRĂ SĂ FIE ÎMPĂRAȚI, REGI SAU PREȘEDINȚI DE ȚARĂ. LA 100 DE ANI ÎMPLINIȚI, HENRY KISSINGER ESTE UNA DIN RARELE ȘI BIZARELE APARIȚII ÎN ACEASTĂ LUME A POLITICII PLINĂ DE CONTRADICȚII, CARE NU A DISPĂRUT DIN PEISAJ NICI ATUNCI CÂND ȘI-A ÎNCHEIAT CARIERA PUBLICĂ.

**DE IULIAN ANGHEL**

**S**ecretar de stat al Statelor Unite și consilier pe probleme de securitate națională în vremea președinților Nixon și Ford, între 1968 și 1977, Kissinger și-a câștigat o așa faimă încât nici Diavolul coborât pe pământ nu ar fi avut îndrăzneala să-l contrazică. Desigur că președintele Ucrainei, Volodimir Zelenski, l-ar fi dat bucuros cu capul de pereți pe Kissinger când acesta a spus că Occidentul nu trebuie să ajute Ucraina. Doar că, așa cum este văzut Kissinger, căruia, la 100 de ani împliniți, i se cere încă părerea despre soarta lumii, Zelenski ar prefera să se ia la trântă cu Satan, decât cu el. Sunt rari oamenii care să fi influențat evoluția politică a lumii fără să fie împărați, regi sau președinți de țară. Cu sute de ani în urmă, cardinalul Richelieu, prim-ministrul regelui Ludovic al XIII-lea al Franței (anii 1600), a fost unul dintre ei, deși nu venea dintr-o familie care l-ar fi îndreptățit pentru așa poziții înalte. Henry Kissinger este un Richelieu modern. Richelieu a trăit însă 57 de ani. Kissinger a ajuns la 100 de ani și încă

vorbește și-i scoate pe unii din minți prin ce spune. La fel ca Richelieu, Kissinger este fie puternic contestat, fie considerat un guru. La ultimul forum de la Davos, stațiunea de lux din Elveția unde se întâlnesc, anual, bogații lumii și presupușii lideri influenți din politică și pun la cale viitorul planetei, Henry Kissinger a vorbit, printr-un sistem de videoconferință. Și, desigur, grație statutului său de guru al politicii, nu putea rata o analiză a războiului din Ucraina. „Înainte de război m-am opus (aderării Ucrainei la NATO – n. red.), dar acum o Ucraină neutră nu ar avea sens”, a spus el. Ei bine, înainte el spunea taman invers, spunea că Occidentul nu trebuie să ajute Ucraina cu arme, iar când venea vorba despre aderarea la NATO, Ucraina să-și ia la revedere pentru multe secole de aici înainte. Desigur că spusele sale au provocat furie la Kiev, dar, când ești un Socrate al timpurilor moderne, toată lumea se uită în gura ta, chiar dacă ai 100 de ani, fie că spusele tale sunt drepte sau aiureli. „Un mare strateg”, îl alintă Wall Street Journal, principalul cotidian de business al



↑

**SUNT RARI OAMENII CARE SĂ FI INFLUENȚAT EVOLUȚIA POLITICĂ A LUMII FĂRĂ SĂ FIE ÎMPĂRAȚI, REGI SAU PREȘEDINȚI DE ȚARĂ. CU SUTE DE ANI ÎN URMĂ, CARDINALUL RICHELIEU, PRIM-MINISTRUL REGELUI LUDOVIC AL XIII-LEA AL FRANȚEI (ANII 1600), A FOST UNUL DINTRE EI, DEȘI NU VENEA DINTR-O FAMILIE CARE L-AR FI ÎNDREPTĂȚIT PENTRU AȘA POZIȚII ÎNALTE. HENRY KISSINGER ESTE UN RICHELIEU MODERN.**

FOTO: HEPTA



Americii, într-un mare articol ce-i este dedicat la împlinirea a 100 de ani și, desigur, îi trece în revistă previziunile, așa cum le trece, frecvent, pe cele ale lui Warren Buffett când e vorba de burse. „Lumea va fi un glob spart de competiția SUA-China și amenințată de noi arme îngrozitoare”, spune azi gurul veteran al politicii americane. Nu e de râs? Păi este, pentru că chiar el este strategul apropierii SUA de China. Politica apropierii SUA de China este a lui Kissinger și, cu siguranță, aceasta i-a adus faima. Acum, el spune cu totul altceva, la 50 de ani distanță. Dacă privești viața de la 100 de ani, 50 de ani, cât aveai atunci când puneai bazele apropierii SUA de China, ți se pare o vârstă de copil. Dar nu este pentru prima dată când acești monștri sacri ai politicii se înșală. În 1992, Francis Fukuyama, un sociolog și politolog american, publica un eseu ce l-a făcut celebru, pe care l-a numit: „Sfârșitul istoriei și ultimul om”, eseu care a avut o carieră uluitoare. Comunismul în estul Europei căzuse, iar Fukuyama credea că liberalismul de tip occidental va triumfa pe toată planeta. Conflictele ideologice s-au sfârșit și cum

istoria este o suită de conflicte, nemaexistând conflicte, asta înseamnă sfârșitul istoriei, credea el. Pentru că suntem cu un război la graniță ce ne lovește direct, pentru că Kissinger a stârnit atâta patimă cu opiniile sale despre Ucraina, îl amintesc aici pe Zbigniew Brzezinski, un alt renumit politolog american, care vorbește în cartea sa „Marea tablă de șah” despre Ucraina ca despre o viitoare putere regională și despre Rusia ca despre o țară care nu are perspective în afara concertului european. Or, vedem clar că Rusia se îndepărtează azi de Europa. Pare că puțin îi mai pasă de Europa, deși tânjește după ea încă din istorie. Foștii țari și prinți ai Rusiei și-au căutat mereu soții din dinastiile europene, nu din cele ale Chinei. Țarina Ecaterina cea Mare, marea admirație a rușilor de azi, era nemțoaică 100%, nu rusoaică, nici chinezoaică. Il Tempo, cotidian italian, îl numește pe Kissinger „Deus ex machina”, adică „Dumnezeul din mașină”. În tragediile grecești „deus ex machina” era un zeu care, în momentul în care intriga de pe scenă era atât de complicată încât nimeni nu-i mai dădea de capăt, cobora pe o sfoară și rezolva problema. Așa să fie? Kissinger este cel care a organizat întâlnirea dintre președintele SUA Richard Nixon și președintele Chinei Mao Tse Dong, întâlnire care a normalizat relațiile între cele două țări, după 20 de ani de îngheț. Se întâmpla în 1972. Această înțelegere a permis Chinei să-și înceapă parcursul de principală putere mondială spre care tinde azi. După ani de zile, Kissinger și-a dat cu pumnii în cap: „Este cel mai prostesc lucru pe care l-am făcut în viața mea”. Dar, între timp, câștigase Nobelul pentru pace pentru contribuția lui la încheierea războiului din

**IL TEMPO, COTIDIAN ITALIAN, ÎL NUMEȘTE PE KISSINGER „DEUS EX MACHINA”, ADICĂ „DUMNEZEUL DIN MAȘINĂ”. ÎN TRAGEDIILE GRECEȘTI „DEUS EX MACHINA” ERA UN ZEU CARE, ÎN MOMENTUL ÎN CARE INTRIGA DE PE SCENĂ ERA ATÂT DE COMPLICATĂ ÎNCÂT NIMENI NU-I MAI DĂDEA DE CAPĂT, COBORA PE O SFOARĂ ȘI REZOLVA PROBLEMA.**

Vietnam, ajunsese o vedetă pe care nimeni nu o putea contesta, așa cum nimeni nu ar îndrăzni să spună că Richard Gere joacă prost într-un film prost.

La 100 de ani ai lui, Kissinger vorbește la Forumul de la Davos, își exprimă opiniile despre mersul lumii, pentru că i se cer. Dacă i se cer încă, înseamnă că el a însemnat ceva pentru lumea asta, oricât de controversate ar fi fost opiniile sale. ■

# OUT-OF-OFFICE

POVEȘTILE DIN AFARA BIROULUI



„OBSERVĂM CĂ, ÎN ACEST AN, CONSUMATORII MANIFESTĂ O PREFERINȚĂ CRESCUTĂ PENTRU SPUMANTELE BRUTE ȘI VINURILE SECI. ACEASTĂ TENDINȚĂ INDICĂ O SCHIMBARE ÎN GUSTURILE ȘI PREFERINȚELE LOR, CĂUTÂND VINURI MAI PROASPETE ȘI MAI PUȚIN DULCI.”

**DELIAN DREGAN,**  
ACȚIONAR MAJORITAR,  
COMPANIA PODGORIA SILVANIA

PAG. 62

**CAPITALIST**  
Zhong Shanshan

PAG. 58

**LIFESTYLE**  
Pe urmele vinului  
la 60 de metri adâncime



www.zf.ro / abonare

**ZIARUL FINANCIAR** & **BUSINESS** magazin

- TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS -

# FĂ-ȚI ABONAMENT LA SUCCESUL ÎN BUSINESS

— PRINT —



**1099 lei/an**

Economisești

**86%**

din valoarea totală a pachetului

- \* ediția tipărită a **Ziarului Financiar** (250 ediții/an)
  - \* ediția tipărită a **Business Magazin** (48 ediții/an)
  - \* peste **30** de suplimente tematice, pe industrii
  - \* **14** anuare
- Ziarul Financiar & Business Magazin**  
în format print/e-paper

— PRINT & DIGITAL —



**2250 lei/an**

Economisești

**84%**

din valoarea totală a pachetului

- \* ediția tipărită a **Ziarului Financiar** (250 ediții/an)
- \* ediția tipărită a **Business Magazin** (48 ediții/an)
- \* peste **30** de suplimente tematice, pe industrii
- \* **14** anuare **Ziarul Financiar** și **Business Magazin** în format print/e-paper.
- \* acces pentru **2** utilizatori la secțiunea **ZF Print** a site-ului **ZF Corporate**
- \* acces pentru **2** utilizatori la ediția **e-paper** a ziarului primită cu o zi înainte
- \* un profil companie pe site-ul **zf.ro** și

**ZF CORPORATE.ro**

Abonare și informații:

camelia.botea@m.ro / 0747.825.322 / 0318.256.112

LIFESTYLE

# PE URMELE vinului

## LA 60 DE METRI ADÂNCIME

PE DEALURILE SILVANIEI, ÎNTR-UN COLȚ VINICOL DIN JUDEȚUL SĂLAJ, SE ASCUNDE MĂGURA ȘIMLEULUI, CARE ADĂPOSTEȘTE CRAMA PODGORIEI SILVANIA. CU GALERIILE SALE IMPRESIONANTE, AFLATE LA O ADÂNCIME DE 60 DE METRI SUB STÂNCĂ ȘI ÎNTINZÂNDU-SE PE O DISTANȚĂ DE 3,5 KILOMETRI – O RARITATE ÎN ȚARĂ – ACEASTĂ CRAMĂ PRODUCE VINURI SPUMANTE ÎNTR-UN MICROCLIMAT UNIC. CARE ESTE POVEȘTEA SA?

FLORENTINA NIȚU

**P**odgoria Silvania este o afacere de familie, născută din dorința de a valorifica un brand de tradiție, un simbol al orașului natal - Șimleul Silvaniei (jud. Sălaj – n. red.). Această dorință, alături de pasiunea pentru vinuri, ne-a determinat să ne implicăm și să contribuim la renașterea acestui brand și, totodată, la creșterea calității vinurilor românești”, povestește Delian Dregan, acționarul majoritar (95%) al companiei Podgoria Silvania. El deține businessul alături de Dănuța Man.

Crama Podgoria Silvania este situată în regiunea Dealurilor Silvaniei, iar ea a fost preluată de actualul proprietar în urmă cu un deceniu. Dregan a luat, practic, ruină fabricii de vin spumant, fostul MAT, cum îi spuneau localnicii, a investit în re tehnologizare, iar anul acesta a reușit să obțină premiul „cel mai bun vin spumant premium pentru Blanc de Blancs“ la concursul Povești cu vinuri românești, organizat de BASF Agricultural Solutions România.





„Faptul că am investit în tehnologie și în oameni a avut un impact important în obținerea acestei distincții. De asemenea, în ultimii ani am apelat la specialiști în domeniul viticol și oenologic, cu care ne-am consultat în permanență și am acordat o atenție deosebită în tot procesul de creare a vinului, începând din podgorie”, a explicat Delian Dregan, cel care a adus un oenolog italian pentru a face vinurile pe care și le dorea.

El a completat că la identitatea spumantului Blanc de Blancs au contribuit și tehnologia Champenoise, calitatea strugurilor din podgorie și păstrarea vinului timp de trei ani în galeriile subterane ce oferă o temperatură constantă de 12°C. Galeriile acestei crame se află la 60 de metri sub stâncă și se întind pe 3,5 kilometri, astfel de hrube adânci și întinse precum cele de la Măgura Șimleului, nemaigăsindu-se nicăieri în țară, potrivit datelor de pe site-ul companiei.

Istoria acestei crame începe acum două secole, când comunitatea evreiască locală a săpat primele galerii în stâncă, cu scopul de a depozita și a învechi vinul localnicilor. Mai târziu, datorită recoltei bogate din această zonă viticolă și necesității de a asigura depozitare adecvată, galeriile au fost transformate într-o cramă impresionantă. Însemnările din jurul anului 1600 atestă chiar existența unui han strategic amplasat în această locație, la intersecția Drumului Sării și a altor importante rute istorice ale vremii, unde drumeții oboșiți se puteau bucura de o carafă de vin.

„Începând cu 1974, aici are loc producția vinului spumant după metoda certificată Champenoise, cu fermentare în sticlă. În această perioadă, din Măgura Șimleului pleacă anual spre export 4 milioane de sticle către Germania, Rusia, Polonia și chiar Franța, un moment istoric de o importanță majoră și un record fără precedent pentru România de atunci”, se mai arată pe site-ul producătorului de vin.

Actualii proprietari, de-a lungul timpului, au creat vinuri dedicate sectorului HoReCa și vinuri pentru retail. În prima categorie se găsesc vinurile spumante Blanc de Blancs, Blanc de Noir, Cuvée, Regal și Rosé, precum și vinurile liniștite, maturate în butoi de stejar, comercializate sub denumirea Măgura Silvaniei, gamă ce este formată din cinci etichete, a menționat Delian Dregan. Cea de-a doua categorie este formată din gama de spumante de lux și premium, precum și din vinuri liniștite proaspete.

„Ca producător de vin, ne-am adaptat pentru a răspunde preocupărilor consumatorilor noștri prin diverse strategii. Am efectuat analize de piață pentru a înțelege preferințele lor, am extins gama de produse pentru a satisface nevoile diverse și am implementat practici sustenabile în procesul de producție”, a adăugat proprietarul Podgoriei Silvania. În prezent, la Podgoria Silvania produc aproximativ 250.000 litri de vin pe an, pe o suprafață de 40 de hectare.



*„Faptul că am investit în tehnologie și în oameni a avut un impact important în obținerea acestei distincții. De asemenea, în ultimii ani am apelat la specialiști în domeniul viticol și oenologic, cu care ne-am consultat în permanență și am acordat o atenție deosebită în tot procesul de creare a vinului, începând din podgorie.”*

**DEBIAN DREGAN,  
ACȚIONARUL  
MAJORITAR (95%)  
AL COMPANIEI  
PODGORIA SILVANIA**

Momentan, nu se mai gândește la extinderea gamei de produse, ci la creșterea calității vinurilor și la un proiect de renaștere a turismului, prin reconstruirea hanului evreiesc – cu pivniță, terasă, sală de degustare și fabrica deja reamenajată.

În ceea ce privește recolta de struguri – materie primă foarte importantă în ecuația calității vinului – el spune că preconizează că anul acesta va fi bună. „Avem o prezență constantă în vie, monitorizând și intervenind în mod activ pentru a asigura sănătatea și calitatea strugurilor noștri.”

## **PREFERINȚELE CONSUMATORILOR ÎN 2023**

„Observăm că, în acest an, consumatorii manifestă o preferință crescută pentru spumantele brute și vinurile seci. Această tendință indică o schimbare în gusturile și preferințele lor, căutând vinuri mai proaspete și mai puțin dulci”, a afirmat Delian Dregan.

În ceea ce privește impactul asupra mediului, el crede că va influența toate industriile agricole, inclusiv industria vinului. „Am implementat practici agricole sustenabile, folosim tehnologii de producție prietenoase cu mediul și suntem dedicați conservării resurselor naturale”, a precizat antreprenorul.

În viitor, se așteaptă ca impactul asupra mediului să continue să influențeze industria vinului. „Este esențial să fim în permanență în căutarea de soluții inovatoare pentru a minimiza amprenta noastră ecologică și a contribui la sustenabilitatea pe termen lung a industriei vinului”, a conchis el. ■

# După Afaceri Premium

REVISTA DE LIFESTYLE A ZIARUL FINANCIAR  
-TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS-

AFLĂ LUNAR CARE SUNT NOUȚĂȚILE  
DIN DESIGN, TURISM ȘI GASTRONOMIE,  
DESCOPERĂ POVEȘTILE  
DIN PIAȚA DE BEAUTY  
ȘI CITEȘTE DESPRE TENDINȚELE  
DIN LUMEA MODEI.



Comandă revista pe [zf.ro/anuare](http://zf.ro/anuare).



CAPITALIST

## ZHONG SHANSHAN

DEȘI NU SE POATE LĂUDA CU NIVELUL DE NOTORIEȚATE AL UNOR MILIARDARI PRECUM JACK MA SAU PONY MA, FONDATORII ALIBABA ȘI TENCENT, ZHONG SHANSHAN A DEVENIT ÎNTR-UN TIMP RELATIV SCURT UNUL DINTRE CEI MAI IMPORTANȚI OAMENI DE AFACERI DIN ASIA, CU O AVERE DE APROXIMATIV 70 DE MILIARDE DE DOLARI, CARE I-A ADUS TITLUL DE „REGELE APEI ÎMBUTELIATE DIN CHINA”.

DE EDUARD IVANOVICI

**F**ost jurnalist, Zhong Shanshan s-a născut în decembrie 1954 în orașul Zhuji din estul Chinei. Întrucât, spre deosebire de alți miliardari chinezi, nu s-a implicat niciodată în politică și a ales să își limiteze cât mai mult aparițiile publice, de-a lungul anilor a căpătat titlul de „lup singuratic”. De altfel, se știu foarte puține lucruri despre viața celui care, până nu de mult, deținea titlul de cel mai bogat om din Asia.

Înainte de a-și începe traseul antreprenorial, Zhong Shanshan a renunțat la școală în clasa a șasea și a ales să devină muncitor în construcții într-o Republică Populară Chineză aflată în plină Revoluție Culturală, potrivit Forbes.

Ulterior, în anii 1980, a lucrat ca ziarist și vânzător de băuturi răcoritoare. După ce a petrecut cinci ani la cotidianul Zhejiang Daily, a început să își creeze o lungă serie de businessuri: a fondat un ziar privat, a crescut ciuperci și a vândut perdele înainte de a pune bazele Wantai Biological, un grup farmaceutic ce a dezvoltat inclusiv teste rapide pentru coronavirus. În 1996, a înființat Nongfu Spring, un producător de apă îmbuteliată la care deține și în prezent un pachet majoritar de acțiuni. Ascensiunea rapidă a companiei, culminată cu o listare pe bursa din Hong Kong în 2020 (când

**CARTE DE VIZITĂ:  
ZHONG SHANSHAN,  
FONDATOR, NONGFU  
SPRING ȘI ALTELE**

1. S-a născut în decembrie 1954 în Zhuji, un oraș cu 1,2 milioane de locuitori, aflat la 60 de kilometri distanță de Hangzhou, unul dintre principalele centre comerciale din Asia;
2. În anii 1980, a lucrat ca ziarist, înainte de a-și pune bazele propriei sale publicații;
3. Face parte din așa-zisa categorie de „dropout billionaires”, adică miliardari care au ales să renunțe la un moment dat la studii. Alte nume incluse aici sunt Bill Gates, John D. Rockefeller și Mark Zuckerberg;
4. Este al doilea cel mai bogat om din Asia, depășit de Mukesh Ambani, care conduce conglomeratul Reliance Industries;
5. La un moment dat, Zhong Shanshan valora mai mult decât Warren Buffett și fondatorii Google - Larry Page și Sergey Brin.

~70

de miliarde de dolari,  
averea lui Zhong Shanshan

s-a listat și Wantai), i-a adus titlatura de „regele apei îmbuteliate din China” și o avere estimată la 62 de miliarde de dolari, conform Bloomberg Billionaires Index. Ofertele publice de vânzare de acțiuni (IPO-uri) ale celor două companii au creat circa 70 de milionari. De la listare, Nongfu afișează o creștere de 22% pe bursă, în timp ce acțiunile Wantai s-au apreciat cu 740%. Cele două societăți sunt evaluate la 60 de miliarde de dolari, respectiv 11 miliarde.

În 2020, anul pandemiei de COVID-19, averea lui Zhong Shanshan a înregistrat a doua cea mai mare creștere la nivel mondial, dinamica fiind depășită doar de evoluția spectaculoasă a lui Elon Musk, șeful Tesla și SpaceX.

În prezent, antreprenorul de 68 de ani locuiește în Hangzhou, un oraș de 10 milioane de locuitori și unul dintre cele mai mari huburi comerciale ale Asiei. De asemenea, deține locul 18 în topul celor mai bogați oameni la nivel global, peste indianul Gautam Adani, Giovanni Ferrero & familia și industriașul american Charles Koch. ■

# Business MAGAZIN

## Meet the **EMPLOYER**



Videoconferință dedicată celor mai noi tendințe din domeniul resurselor umane, văzută prin prisma celor mai dinamici angajatori din economie.

**EVENIMENTUL SE ADRESEAZĂ ATÂT CANDIDAȚILOR, CÂT ȘI ANGAJATORILOR CARE VOR SĂ ARATE CE PLANURI DE RECRUTARE AU, PENTRU CE ROLURI VOR SĂ FACĂ ANGAJĂRI, CE CONȚINE PACHETUL DE BENEFICII OFERIT ANGAJAȚILOR ȘI CARE ESTE VIITORUL INDUSTRIEI PE CARE O REPREZINTĂ.**

**Subiecte care vor fi discutate în cadrul videoconferințelor**

### Meet the **EMPLOYER:**

- \* câte roluri sunt scoase la concurs;
- \* care sunt joburile cu cei mai mulți aplicanți;
- \* cum arată o zi din viața unui angajat al companiei X;
- \* ce salarii și pachete de beneficii sunt oferite;
- \* care sunt planurile de viitor ale companiei în materie de recrutare și recompensare a angajaților.

**PERSOANE DE CONTACT PENTRU PARTENERIAT:**

Events Sales Manager: **Corina TĂBĂRAȘ** / 0737.348.423 / corina.tabaras@m.ro  
Business Unit Publisher: **Alexandru MATEI** / 0766.606.994 / alexandru.matei@zf.ro



## ACCESORII

### IMITAȚII DE ÎNDULCIT AȘTEPTAREA

Listele de așteptare sunt o realitate de care se lovește tot mai multă lume atunci când dorește să achiziționeze produse de lux, așa cum se întâmplă în cazul ceasurilor. Au apărut însă niște variante care-i pot ajuta pe colecționarii împătimiți să suporte mai ușor timpul de așteptare, și anume ceasuri confecționate din carton, croșetate sau miniaturale, scrie Financial Times. Printre ceasornicarii de ocazie se numără artistul chinez din Hong Kong Gabriel Lau, care confecționează din carton, hârtie și plastic imitații ale unor modele celebre, pe care apoi le înrămează, având cerere chiar și pentru unele care se pot purta, Pony McTate din Noua Zeelandă, care s-a specializat în imitații croșetate, pentru care folosește mărgelă, fir de aur și decorațiuni de metal, dacă e nevoie, și confecționează și cutie asortată, sau californianul Robbie James care a ajuns să realizeze copii miniaturale, inițial ca accesorii pentru păpuși. O imitație, fie ea de carton, croșetată sau miniaturală, costă, de regulă, câteva sute de dolari.

## PANORAMĂ

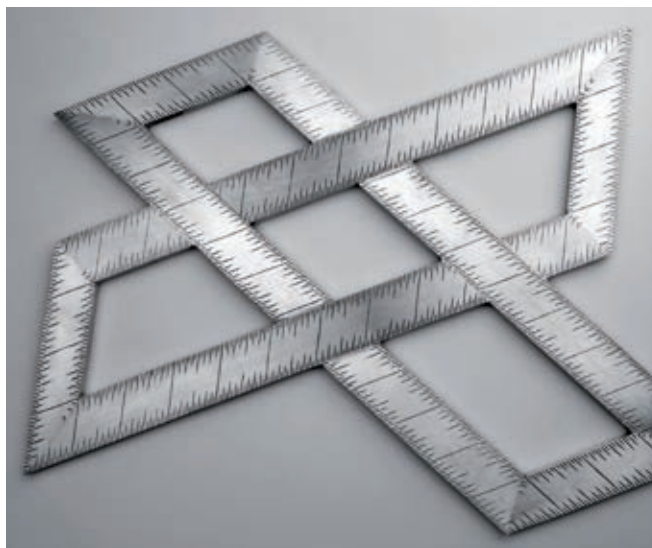


### ÎN CĂUTAREA SOMNULUI

Vacanța e prilej de relaxare, de explorare a destinației alese sau, în cazul unora, de căutat ceva ce le lipsește acasă, cum ar fi un somn adânc și netulburat, scrie Boston Globe.

Această cerință a dus la apariția unor oferte dedicate turiștilor aflați în căutarea somnului, cu tratamente sau încăperi adecvate. Diverse hoteluri se laudă cu camere izolate fonic, draperii care nu lasă lumina să treacă prin ele, saltele odihnitoare de zeci de mii de dolari bucata, măști de pus pe ochi în timpul somnului sau dopuri pentru urechi. Unele au chiar niște camere speciale, fără ferestre, dedicate celor care nu pot să doarmă bine, numite coconi, în care aerul este purificat și temperatura constantă. Pe lângă aceste dotări, se mai oferă aromaterapie, ședințe de masaj, meditație și de tratament prin hipnoză pentru a-i scăpa pe clienți de stres,

considerat principalul vinovat pentru tulburările de somn. În unele cazuri, aceștia sunt ajutați să renunțe la telefoanele sau tabletele pe care-și verifică mesajele de e-mail cel puțin o dată pe zi și de pe care intră pe internet, oferindu-li-se posibilitatea de a le bloca. Există pe alocuri și ghizi care evaluează nivelul de stres al clienților, iar în funcție de rezultat recomandă un regim alimentar, vizite la spa, plimbări prin pădure, drumeții sau yoga. Tratamente pentru un somn dulce se fac și pe plajă, cu lumânări parfumate și masaj la lumina lunii, după care turiștii primesc ceai și niște perne cu miros de levănțică, iar angajații hotelului au grijă să-i învelească la culcare. Pe lângă cei care pleacă în vacanță în căutarea unui somn liniștitor, a crescut cererea și din partea celor care călătoresc în scop profesional. Cu cât mai bine pus la punct este „programul de somn” al hotelului, cu atât mai căutat este acesta.



## ARTĂ

### MĂSURĂTORI ARTISTICE

Cum măsoară valoarea unei vieți de om, greutatea suferinței, sentimentele sau multe alte experiențe prin care treci? Această întrebare și-a pus-o un artist american, Rick Salafia, care a ales ca răspuns umila riglă, pe care a modificat-o dându-i diverse forme. A realizat astfel un instrument de măsură pentru tot felul de concepte de nemăsurat din viață, atrăgând atenția spre felul în care oamenii încearcă să standardizeze, după cum explică artistul. Ca urmare, a apărut o serie de rigle drepte sau contorsionate, denumită „Instruments”. Fiecare dintre acestea poartă un număr și poate fi achiziționată de colecționari.

**DE LOREDANA FRĂȚILĂ-CRISTESCU**



Dintre 94.000 ochi, câți cauți anunțul tău?

## AFACERILE MARI ÎNCEP CU CÂTEVA CUVINTE!



**Oportunități, active, resurse;**

**Aici oferta ta este mai vizibilă pentru potențialii parteneri de business;**

**În paginile noastre găsești ceea ce cauți pentru afacerea ta!**

**În fiecare MARTI, împreună cu ZIARUL  FINANCIAR**

- TOTUL PENTRU BUSINESS. TOTUL ESTE BUSINESS -

Contact: Daniela Gugu | 0727.803.590 | daniela.gugu@m.ro

## EDITORIAL

CRISTIAN HOSTIUC  
(CRISTIAN.HOSTIUC@ZF.RO)



A

cesta este un articol despre alte articole, pe care vă invit să le citiți. Cele mai interesante articole pe care le-am citit în ultima vreme „m-au aruncat pe gânduri”.

De obicei, un articol este valabil atunci, pe loc, și se șterge imediat din gânduri după ce îl citești pe următorul. În cea mai bună situație, îi dai share sau comentezi ceva pe seama lui. Primul articol este legat de creșterea inexplicabilă a numărului de cazuri de cancer în rândul generației millennials și este din Financial Times, cel mai important ziar de business din Europa: „The unexplained rise of cancer among millennials. Increasing numbers of younger people in the developed world are being diagnosed with the disease. Scientists are not sure why”. Datele analizate relevă faptul că în ultimii 30 de ani, în rândul tinerilor din G20, țările cele mai dezvoltate din lume, numărul cazurilor de cancer a crescut cu 22% în rândul celor care au 25-29 de ani. În rândul celor care au 20-34 de ani se înregistrează cel mai înalt nivel de cazuri de cancer din ultimele trei decenii. În schimb, cazurile de cancer la cei care au peste 75 de ani au o scădere constantă, după vârful atins în 2005. Financial Times, adică

scientist believes she knows why”. Conform datelor analizate pe o perioadă mai lungă de timp de către un cercetător, cantitatea sau volumul de spermatozoizi eliberați de bărbați scade accelerat în țările occidentale, și asta în primul rând din cauza interacțiunii pe care o avem cu plasticul - cafeaua în plastic, mâncarea din cazoletă de plastic încălzită la cuptorul cu microunde, sticlele din plastic cu apă sau sucuri, tot ce are legătură cu plasticul atacă corpul într-un fel sau altul, iar rezultatul este cel pe care l-ați citit mai sus. Eu am încercat să fac un rezumat al concluziei, dar trebuie să citiți și acest articol. În ultimii ani, din ce în ce mai mulți bărbați au probleme de fertilitate. La început, atunci când el și ea nu reușesc să facă copii, femeia este indicată ca fiind cea care trebuie să-și facă prima analizele și să descopere de ce. Dar acum vine din spate bărbatul, care în ritmul actual de interacțiune cu chimicalele, cu plasticul, s-ar putea să devină el principala problemă. Este greu de acceptat de către bărbați acest lucru, dar datele statistice, studiile clinice indică acest lucru. Cele două articole din Financial Times și concluziile lor înseamnă în final un impact major în business și în economiile occidentale. În România, cancerul de colon a ajuns pe primul loc ca incidență. La nivel occidental sunt sume foarte mari



## ATENȚIE LA CAFEAUA PE CARE O BEȚI DIMINEAȚA DIN PAHARELE DIN PLĂSTIC ȘI LA CĂSEROLELE DIN PLĂSTIC CU MÂNCĂRE DE LA BIROU. RISCAȚI SĂ RĂMÂNEȚI FĂRĂ URMAȘI

autorii articolului, spun că nu există explicații certe privind această situație. Financial Times vine cu grafice extrem de interesante. Forma de cancer care a accelerat cel mai mult în ultimii 30 de ani este legată de cancerul la colon. Cercetătorii încearcă să găsească explicații, cele mai la îndemână fiind cele legate de stilul de viață stresant, de schimbarea modului de alimentație, adică creșterea fast-foodului, de obezitate. Poate nu este ceva nou, dar concluzia este că milenialii, adică cei născuți între 1981 și 1996, încep să fie din ce în ce mai mult loviți de cancer. Impactul acestui articol a fost extrem de ridicat în rândul cititorilor din întreaga lume ai Financial Times. Al doilea articol este legat de scăderea cantității de spermatozoizi, care ajunge să fie o problemă în conceperea copiilor. Titlul articolului din Financial Times este „Global sperm counts are falling. This

în joc, iar dacă aceste date de cercetare, conform cărora milenialii încep să fie din ce în ce mai loviți de cancer se confirmă, impactul economic va fi dărâmtor. Al doilea articol, cel legat de scăderea cantității de spermatozoizi, lovește în problema demografică a lumii occidentale. Pe lângă faptul că îmbătrânim, pe lângă faptul că familiile doresc mai puțin copii decât rata de înlocuire, avem acum și această problemă a fertilității masculine. Ceea ce are un impact social și economic major. Vă recomand să citiți aceste articole, ca o încercare de înțelegere a lumii din jurul nostru.

P.S. După cele două articole care vă pun pe gânduri, vă invit să citiți și un al treilea articol, tot din Financial Times, legat de pizza – „Can an English chef win the Pizza World Championship?”. ■



URMĂREȘTE ZF.RO/TECHDAY

# ZF TECHDAY

**SOLUȚII INOVATOARE  
PENTRU  
VIITORUL  
BUSINESSULUI TĂU**

614.121

URMĂREȘTE EMISIUNEA DESPRE  
TEHNOLOGIE, ÎN FIECARE LUNI,  
DE LA ORA 13:00, PE **ZF.RO** ȘI FACEBOOK  
ZIARUL FINANCIAR.

Powered by



**Business**

---

---

# 7 din top 10

## cei mai buni angajatori\*

---

---

au ales pachete medicale  
REGINA MARIA  
pentru angajați

„Top 10 cei mai buni angajatori din România”,  
potrivit „Top angajatori 2022”,  
realizat de undelucram.ro

