



AVINCI/IAȘI

Din culisele construirii podului de la Brăila

FORMENS/BOTOȘANI

Uimitor: 150,000 de haine bărbătești diferite pe an

ELIRI/CHIȘINĂU

Unic în lume: fir de aur de 0,6 microni

www.moldovaeconomica.eu nr.1, mai, 2024

Cum poate fi DEZVOLTATĂ REGIUNEA MOLDOVEI

o analiză despre economia regională:
unde am fost, unde suntem, unde putem ajunge



VASILE ASANDEI
ADR Nord-Est
Despre noi finanțări



WILLEMIJN VAN HAAFTEN
Ambasadoarea Olandei
Investiții în Moldova



DUMITRU ALAIBA
Ministrul Digitalizării
Rep. Moldova
Noua Estonia



MARIAN BERDAN
CEO Electra
Povestea Electra



SUV-CARS IAȘI

MEGA AUTO SRL, IAȘI, STR. INDUSTRIILOR, NR. 34.
0744.340.319, OFFICE@SUVCARS.RO



SUV-URI DE CALITATE

MADE IN CHINA



26.948 EUR
TVA INCLUS

PUTERE
181 CP

CONSUM
7,86/100KM, WLTP

AUTOMAT
6AT

AMPATAMENT
2785 MM

LOCURI
7

BISTRIȚA · BRAȘOV · BUCUREȘTI · BUZĂU · CLUJ NAPOCA · CONSTANȚA
· CRAIOVA · IAȘI · TÂRGU MUREȘ · ODORHEIU SECUIESC · PITEȘTI
· SIBIU · TIMIȘOARA · TULCEA · VASLUI.
REȚEA DE VÂNZĂRI ȘI SERVICE IN CONTINUĂ DEZVOLTARE.

Proiectul MOLDOVA ECONOMICĂ

Include

- Revista interactivă trimestrială
- Website
- www.moldovaeconomica.eu
- Newsletter săptămânal
îl primești în fiecare marți
- Canal video
- Podcast
- Evenimente

**Această revistă
este interactivă**

**Actualul număr conține
7 conexiuni
la materiale video**

EDITORIAL

Un proiect mai mult decât necesar. O viziune și o confesiune.

Am în minte acest proiect de peste 3 ani. Ideea unui proiect multimedia care să facă vizibilă partea **întreprinzătoare, creativă, dinamică și plină de succes a regiunii Moldova**, zonă aflată pe nedrept într-un deficit de percepție, o consideram mai mult decât necesară a fi pusă în practică.

În plus, problemele economice regionale, blocajele de dezvoltare, discrepanțele de bunăstare dintre regiuni care plasează Moldova în finalul clasamentului, eventualele soluții care pot veni dinspre specialiștii din zonă - **toate acestea trebuie impuse pe agenda națională** pentru a fi discutate, analizate și transformate în politici publice sau programe naționale.

Fac recurs la chestiunea autostrăzilor din Moldova - cu ani în urmă, în 2018, m-am aflat grupul de 6-7 oameni care au declanșat scandalul național privind la infrastructura din Moldova. Proteste, delegații la Iohannis, în Parlament, promovarea subiectului pe toate canalele - acum, tema este așa de bine înfiptă în agenda publică, **încât este imposibil de eludat sau eliminat.**

Același lucru ar trebui să se întâmple și cu dezvoltarea Moldovei.

Avem probleme majore, iar diferențele de dezvoltare dintre regiunile din România **cresc și nu scad.**

Nu există nici o politică guvernamentală care să închidă această falie ce se tot lărgeste, cu potențiale efecte sociale și politice, deși România ar putea lua cu ușurință exemplul polonez.

Programele naționale PNRR, POR și „Anghel Saligny” lucrează din plin pentru creșterea diferențelor, după cum vom arăta și în revistă și vom reveni pe larg pe subiect.

Zona are paradoxurile ei, cu cauze și interne și externe - vezi cele mai de succes firme antreprenoriale românești, care domină autoritar piața internă, toate din Moldova - **ALTEX, Iulius Group, Dedeman, UMB, Electra, Merlins** etc. - care impun și cei mai mulți miliardari în euro români dintre toate regiunile, dar avem și numărul cel mai mic de IMM la mia de locuitori din țară.

Era deci nevoie de un proiect regional, cum este **MOLDOVA ECONOMICĂ**, pentru a scoate la iveală, a examina în detaliu problemele de dezvoltare ale zonei, pentru a afirma public partea de succes antrepreno-



Dan RADU
Redactor șef

rial din Moldova, pentru a genera evenimente relevante de business și educație.

Pregătim, spre exemplu, un eveniment major, la Iași - prezentarea oportunităților de afaceri din regiune, a unei Carte de Investiții, în fața consilierilor economici ai ambasadelor din România.

Proiectul **MOLDOVA ECONOMICĂ** are la bază **o nouă viziune economică** ce susține că, într-un viitor apropiat, nu mai mult de 5-7 ani, regiunea Moldovei, la care se va adăuga și Republica Moldova, au toate șansele de deveni împreună noua zonă emergentă economică a Europei.

Cu două autostrăzi, una de la est la vest (Odesa-Chișinău-Iași-Tg Mureș) și una de la sud la nord, cu deschiderea clasicei rute comerciale Grecia-Marea Nordului prin Moldova și Ucraina, evitată până acum din pricina confuziei politice de la Kiev, cu 2 aeroporturi medii (Iași + Chișinău) plus alte trei mai mici, cu 6 universități și o populație de aproximativ 7 milioane de oameni - **cele două Moldove vor fi foarte interesante investițional.** Firește, condițiile principale de îndeplinit - finalizarea războiului cu libertatea Ucrainei de a urma drumul european și al Republicii Moldova de a-l continua.

Ar fi pentru prima dată în istoria Moldovei când zona nu ar mai fi una de graniță, de frontieră, marginală - având ca vecini ori tătarii, ori rușii. Ar fi pentru prima dată când am ieși din izolarea geografică și geopolitică.

O șansă unică. Pe care trebuie să o înhățăm cu ambele mâini, să nu ne scape. ●



ELECTRA CUM POȚI AJUNGE STĂPÂNUL ABSOLUT AL UNEI PIEȚE

Firma Electra din Iași controlează peste 80% din piața de interfoane din România, cu milioane de români ce folosesc produsele inventate de firma lui Marian Berdan, CEO al Electra. O discuție despre aventura Electra.

30



ALTEX O FIRMĂ CARE ERA SĂ DEA DE DOUĂ ORI FALIMENT

Povestea unei inițiative plecate din Piatra-Neamț și devenită un „monstru” cu vânzări de peste 1,5 miliarde de euro, care domină piața românească de retail de electronice/ electrocasnice.

34



AVINCI IEȘENII CARE AU PUS PODUL DE LA BRĂILA

O firmă discretă, dar cu rezultate uimitoare. Este cea mai puternică firmă de montaje de structuri metalice din România și are în palmares și alte lucrări senzaționale - cupola de la Palas, Openville Timișoara, aeroporturile de la Iași și Craiova.

36



MERLINS VRĂJITORUL DIN PIATRA-NEAMȚ

Ce poți face dacă duci la capăt ideea de a realiza în România un produs care face deja furori în Vest. Piața de ape cu vitamine, de limonade și alte băuturi răcoritoare este dominată de compania dezvoltată cu numai 9 ani în urmă de trei tineri din Piatra.

39



FORMENS LIDER EUROPEAN AL HAINELOR BĂRBĂTEȘTI FĂCUTE PE MĂSURĂ

Cum poți face 150.000 de haine diferite pe an, în mod industrial? E secretul lui Gerard Losson, investitor francez, pe care ni-l spune în limba română, deprinsă în 23 de ani de ședere la Botoșani.

42

SUMAR

CE VOM FACE CU 1,75 MILIARDE DE EURO?

Care sunt prioritățile de finanțare stabilite pentru regiunea celor șase județe moldovene. Un interviu cu Vasile Asandei, directorul general al ADR Nord-Est. Sunt 500 de milioane pentru firmele mici și mijlocii - vezi cum poți obține banii în noile condiții.

8



INTERVIU CU AMBASADOAREA OLANDEI

Care sunt investițiile olandeze în zona Iașului și ce părere are ambasadoarea Țărilor de Jos în legătură cu oferta regională.

12



CÂTE COMPANII DIN MOLDOVA SUNT LA BURSĂ?

Zece. Iar Cristian Tudorescu, un expert al piețelor de investiții, le trece în revistă, cu bune și cu rele. Patru dintre ele au capitalizare de peste 1 miliard de lei.

63



CASETA
REDAȚIONALĂ

Dan RADU - Redactor Șef, Cristina ZAMFIRESCU - Editor, Marius CRISTIAN - Secretar General de Redacție

George ȚURCĂNAȘU - Consultant Dezvoltare Regională, Ciprian IFTIMOAIIE - Consultant Dezvoltare Regională, Gabriel TOMA - Consultant Evenimente, Cristina PETRACHE - Redactor / Analize, Diego CIUBOTARU - Redactor / Analize, Radu BURLACU - Redactor / Analize, Cristi GRĂUNTE - Consultant NewTech, Dinu TUDURACHE - Dezvoltare Website, Lucian AMARIL - Grafică, Cristian BEJEREANU - Consultant Marketing, DIGITAL POINT, Adrian AFTENI - Consultant Vânzări, Sorin SIMON - Consultant Juridic, ANTREPRENOR, DTD Accounting - Consultant Financiar

ME MOLDOVA
ECONOMICĂ

Proiect dezvoltat de Asociația Moldova Economică, Piața Unirii nr 9, Iași, www.moldovaeconomica.eu, +40-745345100, redactia@moldovaeconomica.eu
Tipografia: PRINTCO, Bulevardul Chimiei 82G, Iași, 700294



ERGIO
CASE DE LEMN
VÂNDUTE PE DOUĂ
CONTINENTE

Băcăuanii de la această firmă, tată și fiică, trimit și montează anual peste 280 de case, la comanda clientului, după planuri personalizate. O afacere prizată mai mult de străini, mai deschiși la soluțiile generoase oferite de acest tip de case.

50



FEREAȘTRA 1
SOLUȚIA COMPLETĂ
CÂND VINE VORBA DE
TÂMLĂRIA
TERMOIZOLANTĂ

Bogdan Roman e din Roman, normal, și după 20 de ani în business este convins că are o soluție totală în domeniu, pe care dorește și să o francizeze. O poveste interesantă despre cum poți duce lucrurile către excelență.

53



BIOCAMP
OFERTA INTEGRATĂ
DE DISTRUGERE A
VIRUSURILOR ȘI
BACTERIILOR

Este o soluție „in-house”, unică pe plan mondial, realizată de o firmă ieșeană aflată deja de 33 de ani în piață.

56



FERMELE MORARU
CÂND TRATEZI
GĂINILE „OMENEȘTE”

Singura fermă din țară care crește găinile în aer liber, pe teren cu iarbă și le hrănește natural. Un grup de mici companii, deținut de soții Alina și Cătălin Moraru, care văd tehnologia ca pe o mare oportunitate și nu se feresc să o aplice oriunde pot.

58



ARHIPELAGO
FIRMELOR LE ESTE
BINE ÎN COMUNITĂȚI

Firma ieșeană are peste 35 de cluburi de business în țară și străinătate, cub denumirea de Afaceri.ro, și organizează anual peste 20 de misiuni economice externe. Vă puteți alătura, și cluburilor, și misiunilor.

61

COVER STORY

CUM POATE FI DEZVOLTATĂ MOLDOVA?

O analiză despre trecutul, prezentul și posibilul viitor economic al regiunii

- Moldova nu a fost dintodeauna în situația de azi, la Unirea Principatelor era mai bogată decât Valahia.
- acum este la numai 48% din PIB-ul mediu pe cap de locuitor al Uniunii Europene, ultima regiune din România, și cu tendință de scădere.
- este o regiune din care au emigrat aproximativ 20% din

populație, acum un fenomen de revenire pare să fi început.

- regiunea unde au ajuns numai 2 % din investițiile străine, undeva la 2 miliarde de euro din 100 de miliarde intrate în țară.

CE ESTE DE FĂCUT - specialiștii ieșeni ne dau mai multe soluții: dezvoltarea infrastructurii, programe speciale pentru anularea disparităților de dezvoltare, descentralizarea și regionalizarea, o viziune de dezvoltare pe minim 10 ani, reforma clasei politice moldovene etc. O analiză completă, cu infografice, hărți, multă informație și trimiteri către interviuri video.



IULIUS GROUP
NOI
DEZVOLTĂRI
LA CLUJ ȘI
CONSTANȚA.



Un interviu cu Raluca Munteanu, directorul de dezvoltare al companiei, despre performanțe, valori, planuri de extindere, obiective și premii în România. Un grup românesc parcă de pe altă planetă.

50

REPUBLICA MOLDOVA

DUMITRU ALAIBA Vom face cea mai prietenoasă țară cu investitorii.

Interviu cu ministrul Dezvoltării Economice și Digitalizării din Republica Moldova

Ce servicii oferă o Zonă Economică Liberă din Republica Moldova? Cazul ZEL Ungheni - peste 60 de companii și 3200 de angajați

ELIRI O firmă unică în lume. Au reușit să producă un fir de aur de cinci ori mai subțire decât firul de păianjen și lung de 3 km



66



70



72



RADU
NECHITA
Despre
filosofia
vânzărilor

80

Finanțări 79

Consulii din regiune 80

Cărți recomandate 81

ELECTRA GROUP

Centru de Industrie Electronică

Producție electronică de la **A** la **Z**, în **IAȘI**

ELECTRA

Producător de videointerfoane
și sisteme de control acces
www.electra.ro

EMSELECTRA
ELECTRONIC MANUFACTURING SERVICES

Producător de module electronice
www.ems-electra.ro

PCBELECTRA
PRINTED CIRCUIT BOARDS

Producător de circuite imprimate
www.pcb-electra.ro



SCANEAZĂ CODUL QR
ȘI AFLĂ MAI MULTE
DESPRE NOI!

www.electra-grup.ro

SECȚIUNEA

ANALIZE

&

TENDINȚE

Cum va absorbi Regiunea Nord-Est 1,75 miliarde de euro?

Interviu cu Vasile Asandei, directorul general al ADR Nord-Est, despre cum poate contribui această instituție ce distribuie fonduri europene la dezvoltarea economică generală a regiunii



Vasile Asandei este absolvent al Facultății de Drept la Universitatea Al. I. Cuza din Iași.

Director general al Agenției de Dezvoltare Regională Nord-Est din 2015.

Angajat în ADR în 2001, pe poziția de consilier juridic, după experiențe la Altex și Polirom.

- prioritatea este digitalizarea
- domenii de interes pentru finanțări: IT&C, biotehnologie, textile, apă și canal, turism.
- programele de finanțare vor fi mult mai flexibile, putând fi re-programate
- firmele mari sunt eligibile dacă au colaborări cu IMM
- sprijin pentru startup-urile din tehnologie

Care este strategia la nivelul Regiunii Nord-Est?

Există o strategie națională de cercetare, inovare, specializare inteligentă, care spune cam care ar fi domeniile în care românii ar putea excela.

Pe de altă parte, Regulamentul european, în baza căruia se scriu programele naționale, impune obligații - spre exemplu e obligatoriu ca 25 % din fonduri să fie dirijate către componenta de dezvoltare economică, competitivă, sau ca 30% din bani să fie alocați aspectelor care țin de eficiență energetică, economie verde.

- La nivelul regiunii de nord-est, avem pe de o parte Planul de Dezvoltare Regională, care are o componentă strategică și o Strategie Regională de Specializare Inteligentă și Inovare, în care sunt prevăzute domeniile prioritare, în care regiunea noastră are un potențial mai mare: **IT&C**,

Digitalizarea nu este ceva abstract. Nu poți să faci facturi mai noi dacă nu ai program electronic. Nu te poți promova dacă nu ai măcar un site sau nu ai o prezență pe rețele sociale

Vasile Asandei

biotehnologie, textile, apă și canal, turism.

Nu înseamnă că toate finanțările vor fi numai în aceste domenii, dar ele sunt privite cu prioritate.

În urma efortului nostru de ani de zile, în care am atras proiecte, am implicat actori privați, publici, din zona de cercetare, am ajuns la un rezultat - regiunea noastră, în materie de inovare și întreprinderi inovative, pe o scară națională, este pe locul 2 după regiunea București-Ilfov.

● Începând de anul acesta, am introdus reprogramarea.

Până acum, programele se gândeau și erau aprobate pentru o perioadă de șapte ani și puteau fi modificate numai în anumite elemente.

Acum se poate face reprogramare, totul e devenit mult mai flexibil. Dacă ajungem la concluzia că elementele unui program de finanțare trebuie modificate pentru că ori nu au dat rezultate, ori sunt foarte cătate, deci trebuie suplimentate financiar - putem regândi întregul program.

Dacă pentru programul ce se derulează la acest moment am lansat deja apeluri și s-a consumat un miliard din cei 1,75 miliarde de euro, suma restantă poate fi scoasă pentru apeluri total noi, regândite în funcție de noutățile apărute, în funcție de nevoile nou apărute.

Care e relația dintre cercetarea academică și lumea reală, din economie?

Reporter: Cum poate sprijini cercetarea, academică și nu numai, în mod direct dezvoltarea economică a regiunii?

Ne-am propus să inițiem demersuri pentru a crea un cadru de colaborare - cum ar trebui să arate un contract între o firmă care are nevoie de inovare și un institut de cercetare sau o universitate care trebuie să îi răspundă acelei nevoi?

Cu sprijinul unor experți de la Banca Mondială am identificat firme în regiunea Nord-Est dispuse să experimenteze pentru a ne putea ajuta să definim acest gen de relație firmă-institut de cercetare. Și aceste echipe au produs rezultate, cu implicarea mai multor structuri din mai multe universități.

Reporter: Pot găsi acum un cadru de finanțare oferit de ADR Nord-Est ca să inițiez o colaborare cu un institut

- La nivel european, dar și în regiunea Nord-est, s-a observat o preocupare mai mare pentru firmele mari, cu potențial, cele care pot face diferența, firme care până acum erau excluse de la finanțări majore.

Pentru aceste firme au fost stabilite domenii strategice de investiții ale regiunii, țării sau Europei, în care proiectele pot primi și finanțare de 100%.

Așadar, firmele mari vor putea avea acces la finanțări majore pe aceste fonduri europene dacă vin cu un proiect strategic, important.

- O altă schimbare în acest exercițiu financiar - **firmele foarte mari pot avea acces la finanțare dacă sunt**

pentru a-mi îmbunătăți inovativ produsele?

Avem un apel de proiecte de finanțare numit IMM Innovative pentru firme inovative, care trebuie să definească un produs care să acopere nevoia lor și într-o a doua etapă să se adreseze zonei de cercetare, inovare, ca acea idee a lor să fie dusă la bun sfârșit. Există finanțare pentru produse inovative realizate în colaborare cu cercetători, finanțând în mod indirect cercetarea ca ramură economică.

Dacă dintr-o mie de brevete, pe care le are o universitate, un număr de 100 sau 10 sunt valoroase și pot fi duse în producție, vom avea un mare câștig.

Sunt două modalități de a aduce aproape cercetarea cu lumea practică a antreprenorilor: ori vin antreprenorii către cercetare, ori brevetele către antreprenori.

într-o colaborare contractuală cu IMM-uri.

- Încă o noutate a ADR Nord-Est - **sprijin și startup-urile**. Pentru programul Rubik nu a existat inițial o finanțare europeană, abia acum este prins în programe, ca un tip de accelerator de business pentru startup-urile tehnologice.

Care sunt noutățile

- **granturile pentru micro-întreprinderi au crescut la 300.000 de euro**
- **finanțări directe la bănci cu posibilitate de acoperire cu grant a 49% din cerere**
- **dobânzi acoperite de stat**
- **garanții acoperite de stat**



- Granturile directe se mai acordă acum doar pentru micro-întreprinderi, iar suma maximă a crescut de la 200.000 de euro la 300.000 de euro, pe baza regulamentului de minimis.
- În schimb, pentru IMM-uri, finanțarea va fi pe bază de instrument financiar. Finanțarea va fi o combinație între grant și credit, sau grant și garanții.

ADR va lucra cu un intermediar financiar, cu o instituție a statului român, care la rândul ei STABILEȘTE un mix între banii alocați de ADR și contribuția băncilor, împrumuturi garantate prin Fondul Național de Garantare.

Fondurile alocate de ADR vor fi de aproximativ 180 de milioane de euro, componentă de grant, care va putea

ajunge la maxim 49% din întreaga finanțare pentru o firmă. Conform regulamentului, grantul trebuie să fie sub 50%.

O firmă care are nevoie de o investiție nu trebuie să mai facă un proiect deus la ADR - se va putea duce direct la banca agreată care să-i ofere acest instrument financiar amintit, își prezintă proiectul, banca îl evaluează și poate primi, să spunem, un milion de euro.

Împrumutul poate fi de mai multe feluri:

- 1. Fie creditul va avea o componentă de grant, acoperită de ADR, dar nu mai mult de 49% din valoarea întregului credit**
- 2. Fie va fi un credit total, dar programul va acoperi garanțiile pe**

Doar 4% din firmele din Regiunea de Nord-Est folosesc digitalizarea pentru promovare la export și doar 11% pentru promovare în piața internă.

Punctele tari și
punctele slabe ale
Moldovei în video.
Scanează codul!



care trebuie să le aducă firma respectivă în situația în care nu are garanții

- 3. Fie o combinație dintre cele două**
- 4. Fie ADR va subvenționa dobânda**

Această finanțare combinată între grant și credit reprezintă o nouă viziune europeană, ce renunță la finanțările directe, bani gratuit, pentru a sprijini în mod real sustenabilitatea firmelor mici și mijlocii.

Pe de altă parte, **este eliminat din circuit sistemul instituțional și birocratic** care presupune să faci proiect, să te duci la licitații la ADR și să aștepti un timp, uneori prea lung, până la care primești un răspuns.

În plus, dacă un beneficiar primea finanțare 60%- 70% de la ADR, diferența era contribuția proprie, pe care nu o avea în cont, era nevoit să meargă tot la bancă pentru un împrumut.

Acum, această problemă a dispărut, pentru că dacă ai proiectul de un milion de euro, primești milionul întreg.

Dacă firma dorește varianta cu grant până la 49% din credit, este obligatoriu să îndeplinească niște obiective clare stabilite în proiectul de finanțare, altfel exista riscul ca grantul să fie anulat și să returneze băncii întreg împrumutul.

Există și finanțări sub formă de grant și pentru micro-întreprinderi. Chiar acum sunt în evaluare vreo 520 de proiecte depuse deja în programul nostru regional, cu cereri în procent de peste 200% față de suma alocată.

Vezi și www.moldovaeconomica.eu pentru a afla despre alte finanțări. ●

Datele exercițiului financiar 2021-2027

- **Suma totală** - 1,75 miliarde de euro pentru regiunea Nord-Est
- 500 de milioane de euro pentru mediul privat, de la 200 de milioane

APARTAMENTE FINALIZATE ÎN IAȘI CU 1, 2 ȘI 3 CAMERE

2 lifturi/bloc Schindler (Germania)

Blocurile sunt dotate cu lifturi de 8 persoane, pleacă de la subsol S2 și ajung până la ultimul nivel.

Tâmplărie exterioară Schüco (Germania)

Tâmplărie de calitate cu profil PVC 82 mm și sticlă triplustrat furnizată de Saint Gobain, Franța. Tâmplăria este clipsată pe un precadru termoizolator adiacent golului de zidărie și etanșată împotriva pierderilor de aer și căldură, cu bandă butilică de etanșare.

Centrală Viessmann Vitodens 050-W (Germania)

Centrală termică de ultimă generație, cu un consum mai redus cu 20-25% față de celelalte echipamente existente pe piață

Obiecte sanitare Geberit (Elveția)

Obiecte sanitare moderne dotate cu accesorii / baterii HansGrohe (Germania). Grupurile sanitare sunt complet echipate și mobilate.

Aer condiționat Mitsubish (Japonia)

Aparat modern, cu o putere de 12.000 BTU.

Parchet Egger (Germania)

Parchet de 10 mm, din materiale de calitate.

Gresie și faianță Cristal Ceramicas (Spania)

Placări ceramice de înaltă calitate.

Prize și întrerupătoare BTicino (Italia)

Nivel superior de compatibilitate.

Structură pe cadre din beton armat

458 piloți forțați din beton armat la adâncime de 18 m, cu diametrul de 800 mm.

Pereți din zidărie tip BCA – Ytong / Soceram

Asigură o foarte bună izolație termică, între exteriorul și interiorul apartamentelor.

Adăpost protecție civilă

Adăpost tip ALA, în subsol, executat din pereți de beton armat, capacitate 408 persoane.

2 rezervoare de retenție a apei

Dotate cu 3 stații de pompare, unul pentru situațiile speciale în caz de incendiu și unul care asigură aprovizionarea cu apă a tuturor locatarilor în caz de avarie sau cazuri de forță majoră.

Hidranți interiori și exteriori

Alimentați de stațiile de pompare automatizate ale rezervoarelor de retenție a apei.

100% FINALIZAT. CONECTAT.



CENTRE COMERCIALE, RETAIL & PIETE

Palas Mall – 1,5 km (5 min)

Iulius Mall – 1,9 km (6 min)

Piața Nicolina – 350 m (2 min)

Kaufland – 550 m (3 min)

Lidl – 500 m (2 min)

Dedeman – 500 m (2 min)

Mathaus – 800 m (4 min)

Jumbo – 400 m (2 min)



LICEE ȘI ȘCOLI

Colegiul Național „Emil Racoviță” – 1,6 km (6 min)

Liceul Teoretic „Dimitrie Cantemir” – 1,8 km (7 min)

Școala Gimnazială „Titu Maiorescu” – 2,1 km (8 min)

Școala Gimnazială „Otilia Cazimir” – 900 (4 min)



LINII DE TRANSPORT PUBLIC

Bd. Nicolae Iorga

Autobuz 19, 30, 36 • Tramvai 5, 11

Bd. Socola

Autobuz 19, 29, 30, 30b, 42



AMBASADA OLANDEI

Iașul are reputația de a oferi mulți tineri profesioniști talentați și bine pregătiți

Interviu cu Excelența Sa, Doamna Willemijn van Haften, ambasador al Regatului Țărilor de Jos în România, despre cât de atractivă este regiunea Moldovei pentru investitorii olandezi



De ce este atractivă România și zona Moldovei

Ce factori au determinat investitorii olandezi să ia în considerare investițiile în România și în regiunea Moldovei? Cum evaluați climatul investițional din România și din regiunea Moldovei în comparație cu alte țări europene?

Atunci când investitorii olandezi decid să se extindă în străinătate, au în vedere anumite criterii pentru a selecta unde anume să meargă.

Existența în primul rând a forței de muncă, disponibilitatea personalului, este una dintre cele mai importante, la fel ca și piața imobiliară.

Ambele sunt foarte atractive în nord-estul României, universitățile oferă un flux constant oameni bine pregătiți, ambițioși și harnici, care au, de asemenea, un nivel excelent de limba engleză,

care ne permite să lucrăm împreună mai ușor.

Și este relativ ușor să fie identificată o locație bună pentru un birou frumos chiar în centrul orașului Iași, care cunoaște o dezvoltare foarte rapidă.

Mai ales când organizațiile și instituțiile locale ne vin în întâmpinare cu sfaturile necesare pentru elaborarea deciziei de a investi. Un remarcabil exemplu este Agenția de Dezvoltare Regională Nord-Est, o sursă excelentă de servicii generale și informații personalizate, care oferă de la o vedere de ansamblu a pieței, până la liste de locații brownfield disponibile imediat pentru achiziționare.

Și mai putem adăuga și alte motive. Chiar dacă, luând în considerare doar costurile de producție, ar putea avea sens pentru ca o afacere să se mute în China sau India, vedem totuși în continuare că firmele preferă să rămână în interiorul UE.

Există chiar și 'nearshoring': după ce au încercat parteneriate cu companii asiatice, acum companiile revin în țările din UE. Aici se aplică aceleași reguli și reglementări ca și acasă și este foarte ușor să menținem legătura.

Investitorul poate veni cu ușurință în România pentru a vedea personal cum merg lucrurile, clienții pot contacta ușor echipele care le dezvoltă produsele și personalul care lucrează în sucursalele din România poate călători cu ușurință în Olanda pentru schimb de experiență.

Câte companii olandeze sau inițiative de tip joint-venture sunt în regiunea Moldovei?

Este dificil să se furnizeze cifre exacte. Vedem, însă, că numărul crește.

Ce sectoare economice din România și din regiunea Moldovei sunt cele

DE CE ESTE FOLOSITOR CONSULATUL OLANDEI - deschis recent la Iași

Tocmai ați deschis consulatul economic olandez din Iași – cum ar putea contribui acest lucru la creșterea investițiilor în regiunea noastră?

Consulatul onorific a fost deschis pentru că am văzut interesul crescut din Olanda pentru Iași și regiunea Moldovei iar potențialul pentru creșterea investițiilor olandeze în zonă este în creștere.

Doamna Amalia Georgescu a fost un candidat excelent pentru a fi primul nostru consul onorific, ea însăși antreprenor

de succes, cu conexiuni multiple și relevante.

În plus, are un mare talent de a aduce oamenii împreună și un entuziasm pentru a ajuta companiile olandeze. Contactele sale și cunoașterea situației locale le poate aduce un mare beneficiu.

Un avantaj suplimentar este că, având acum acest consulat, contactele între ambasada noastră din București și diferitele instituții guvernamentale și partenerii de afaceri din Iași sunt acum la un singur telefon distanță.

mai atractive pentru investitorii olandezi?

Iașul are reputația de a oferi mulți tineri profesioniști talentați și bine pregătiți pentru industria serviciilor - administrație și industria IT vin în minte în primul rând. Mă gândesc la companii ca **Levi9**, **Centric** și **Codeless**.

Există, însă, și oportunități în domeniul agriculturii și industriei alimentare.

Compania **Zeelandia** este un bun exemplu în acest sens.

DE INTERES - agricultura, dezvoltarea durabilă a orașelor și cooperarea în domeniul apei

Există inițiative specifice întreprinse de guvernul olandez pentru a promova investițiile în România și regiunea Moldova?

La ambasadă, suntem mereu deschiși pentru oportunități de cooperare economică.

Sectoarele în care avem un interes deosebit sunt agricultura, dezvoltarea durabilă a orașelor și cooperarea în domeniul apei.

În aceste sectoare, încercăm în mod proactiv să aducem împreună potențiali parteneri și să sprijinim afacerile - atât cele românești, cât și cele olandeze -, facilitând realizarea de cercetări și studii și diseminarea rezultatelor acestora.

Spre exemplu, anul trecut am comandat o broșură privind cele mai bune practici care ar putea fi implementate în România în domeniul managementului apei și solului, iar în această primăvară, vom prezenta un studiu sectorial privind oportunitățile de a face transportul din România mai durabil și mai sigur pe viitor.

Acestea nu sunt studii academice, sunt destinate să ofere informații cât mai practice și să permită firmelor să vină în contact una cu alta.

Dar nu ne limităm la aceste sectoare: orice companie olandeză care ne contactează va primi suport personalizat.



În vizită la Zeelandia

Acest sprijin poate varia de la găsirea de potențiali parteneri – clienți, furnizori sau distribuitori – prin furnizarea de informații cu privire la evoluțiile relevante din România până la a participa la târguri comerciale și expoziții.

Care sunt principalele bariere sau obstacole cu care se confruntă investitorii olandezi în extinderea afacerii lor România și regiunea Moldova?

Ar fi bine dacă infrastructura de transport ar fi dezvoltată în continuare: autostrăzi, căi ferate etc. Mai ales gândindu-ne la locația strategică a



În vizită la Centric

Moldovei - în apropierea Republicii Moldova și Ucrainei, zonă unde mă aștept ca relațiile economice să crească.

Este încurajator să vedem că aceste coridoare de transport sunt dezvoltate la nivel transnațional și există fonduri disponibile pentru a completa secțiunile ce deocamdată lipsesc.

Puteți evidenția proiecte de succes sau inițiative de colaborare economică între Olanda și România, în particular regiunea Moldovei?

Aș dori să subliniez prezența companiilor olandeze care au fost menționate

anterior, și au succes. Toți sunt fericiți să fie în regiunea Moldovei și recomandă și altor companii să vină aici.

Dacă ar trebui să menționez primul loc, aș sublinia firma **Zeelandia**, care nu numai că este o companie de succes în sine, oferind locuri de muncă multor oameni din zonă, dar oferă și securitate economică pentru furnizorii săi.

Cu volumele de materie primă foarte mari de care au nevoie pentru produsele lor, există loc pentru furnizori să facă ei înșiși investiții pentru a-și crește oferta. Acest lucru va aduce beneficii întregului domeniu agri-food. ●

SECȚIUNEA

COVER

STORY

CUM POATE FI DEZV

O analiză despre starea economică a regiunii Moldova - un

O primă evaluare a revistei noastre, dintr-o serie substanțială referitoare la starea economică a regiunii Moldova, la cauzele care au determinat decăderea și blocarea în subdezvoltare a zonei dar și la posibilele

politici și măsuri care pot fi adoptate pentru anularea discrepanțelor de bunăstare dintre regiunile României. Chiar dacă analiza ia în calcul în unele situații date numai din Regiunea Nord-Est (cu numai 6 județe) iar alteori

acoperă toate cele 8 județe ale Moldovei, concluziile referitoare la întreaga regiune istorică a Moldovei nu sunt alterate.

Analiza are trei capitole - cum arăta economia

Moldovei înainte de Unirea Principatelor, care sunt indicii economici regionali la momentul prezent și care ar fi direcțiile de viitoare dezvoltare. Trebuie subliniat un lucru mai puțin observat- și anume că

A FOST MOLDOVA SĂRACĂ DINTODEAUNA?

La Unirea Principatelor, Moldova era mai dezvoltată decât Valahia

O scurtă discuție cu George Țurcănașu, cadru didactic la Facultatea ieșeană de Geografie, specialist în dezvoltarea teritoriului

Brătianu îi dădea de exemplu pe moldoveni

Întrebare: acest dezavantaj economic regional al Moldovei față de celelalte regiuni din România este un dat istoric? Așa a fost dintotdeauna?

Fără doar și poate nu e un dat istoric această sărăcie actuală a Moldovei în raport cu alte regiuni ale României, cu alte regiuni europene, ci cumva a fost creată de lipsa de oportunități în unele etape și din păcate acestea se adună din perioada modernă de la 1859 încoace.

Cu puțin mai mult de un secol în urmă, I.C. Brătianu îi dădea ca exemplu pe moldoveni, care în raport cu muntenii erau mai practici, potrivit acestuia, observând modul în care moldovenii și

muntenii comercializează produsele agricole.

Brătianu chiar spunea să luăm exemplu de la moldoveni, la modul în care își administrează moșiile. **Deci era un decalaj la acel moment între cele două principate - Moldova și Valahia, dar de data asta exact pe dos de cum este acum.**

Modernitatea în Moldova a venit prin Polonia

Modernitatea în România a pătruns, de fapt, în ceea ce privește Moldova, nu pe varianta Transilvania, dinspre vest, ci pe varianta galițiană, dinspre nord.

La nivelul anului 1860, un an după Unire, Moldova se poziționa clar înaintea Munteniei, dar lucrul acesta

nu a ținut foarte mult, pentru că centralizarea pe capitala București a statului român a dăunat foarte mult Moldovei.

Moldova și-a câștigat modernitatea mai devreme decât Valahia. Într-o primă fază, după 1774, când pierdem Bucovina la Imperiul austriac și aceasta devine ducat, ajungem să avem relații foarte strânse în partea nordică a Moldovei cu acest imperiu - atunci au fost încurajați să vină evreii, evreii galițieni în special, care au jucat un rol foarte important la nivelul dezvoltării comerțului și apariției a unei mulțimi de târguri.

Mai multe târguri și mai multe drumuri

Într-o configurație a Moldovei ceva mai redusă decât cea actuală, lipsind

OLTATĂ MOLDOVA?

de am fost, unde suntem azi și unde am putea fi în viitor

regiunea Moldovei (la care se adaugă și Republica Moldova) se află în proximitatea unui moment cu adevărat istoric.

În condițiile în care conflictul armat de la

granițele noastre se va încheia cu posibilitatea ca Ucraina să se alătore UE și eventual NATO, ar fi pentru prima dată în istoria Moldovei când regiunea nu ar mai fi o frontieră cu lumea „barbară”, o graniță fluidă și

incertă - ori cu tătarii, ori cu rușii.

În noua paradigmă geopolitică, regiunea va avea o șansă nemăintâlnită de a se poziționa pe noi rute comerciale, într-o nouă

structură investițională, în circumstanțe favorabile de a deveni noua zonă emergentă economică a Europei. Și de a ieși odată pentru totdeauna din această fundătură în care a plasat-o geografia și istoria.

partea suceveană a Bucovinei, **aveam vreo 70 de târguri până la anul 1859.**

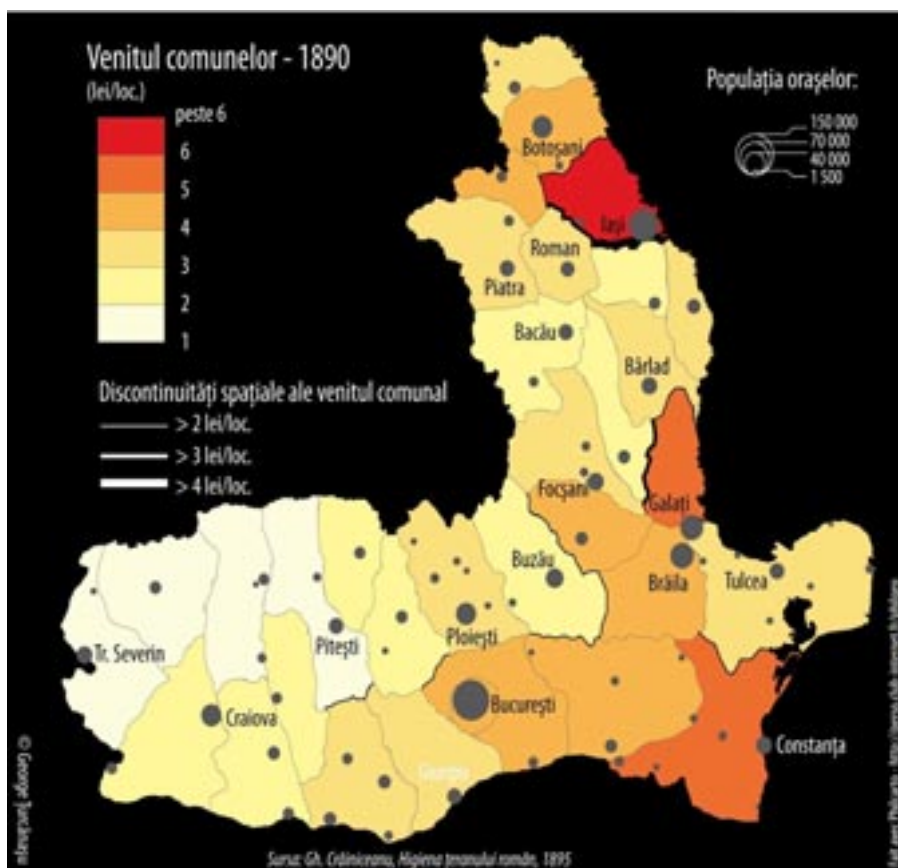
Această puzderie de târguri a adus cumva modernitatea mai aproape de țaran, care avea posibilitatea ca în mai puțin de 24 de ore să ajungă la târg, să-și vândă marfa, și să se reîntoarcă acasă. Lucrul acesta în alte teritorii nu se întâmpla, pentru că târgurile erau rare.

Aceste târguri privite ca loc comercial au generat și așezări în Moldova, spre deosebire de partea sudică a României.

Așadar, Moldova avea mai multe târguri decât Valahia, mai multe drumuri - și acum zona de Nord-Est are numărul cel mai mare de kilometri de șosele și drumuri -, era mai bine administrată și era și așezată economic mai bine - pe drumul comercial care lega Grecia, Bulgaria, Turcia de Polonia și țările din nordul Europei, lucru care nu era valabil și pentru Valahia.

Iașul era mai bogat decât Bucureștiul

Dar iată că la anul 1890, la 30 de ani de la Unire, veniturile pe cap de locuitor



încă erau mai mari în Moldova decât în Muntenia la acel moment, au apărut mai multe târguri în Valahia, se păstrează o anumită inerție pozitivă în favoarea Moldovei, deși centralizarea „omorâse” deja cam o treime din târgurile din vechiul principat.

La momentul unirii, între București și Iași exista un decalaj din perspectivă demografică în favoarea

Bucureștiului, dar nu și unul economic sau social, Iașul era mai bogat. La Unire, primele patru orașe ale Principatelor Unite erau **București, Iași, Botoșani, Galați.** ●

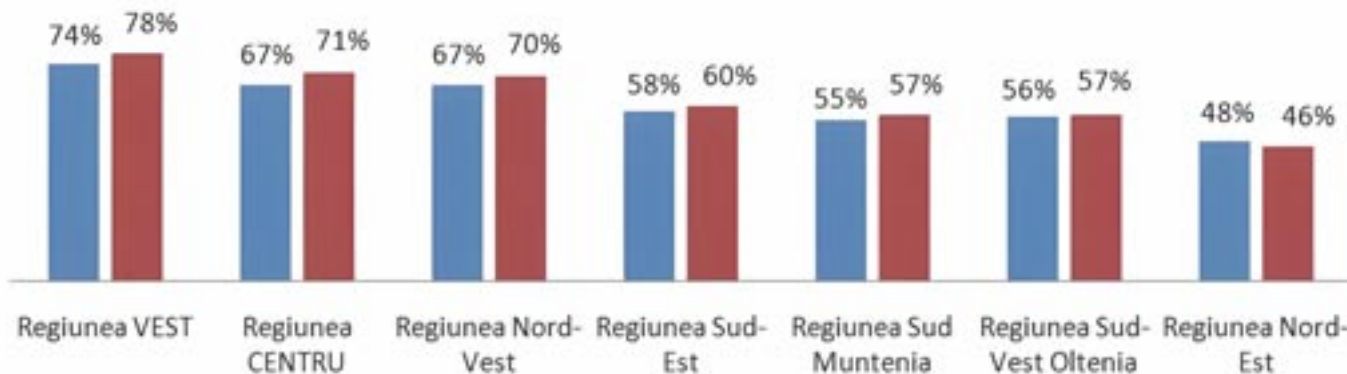
Scanează codul QR - pentru a viziona interviu video cu mai multe informații



UNDE SUNTEM ASTĂZI

Câteva cifre, infografice și hărți care oferă o imagine de ansamblu a situației economice actuale a regiunii, în comparație cu celelalte regiuni din România

Evoluția indicelui PIB/cap de locuitor în regiunile din România, în comparație cu media europeană, între 2020-2022



DECALAJELE ÎNTRE REGIUNI CRESC, NU SCAD!

La acest moment, **regiunea Nord-Est (județele Iași, Bacău, Suceava, Botoșani, Vaslui și Neamț)** se află într-un reced de dezvoltare - indicele PIB / cap de locuitor față de media Uniunii Europene a scăzut de la 48% în 2020 la 46% în 2022. Zona București-Ilfov are un

procent de 177% (de la 164% în 2020) față de media europeană, peste orașe ca Munchen, Paris, Amsterdam, Varșovia sau Budapesta.

Pentru regiunea Nord-Est, alte rapoarte europene o dau cu media de 46% și în 2020, **în cel mai bun caz e vorba de o stagnare și nu de o scădere**. Aceste lucru arată foarte clar că decalajele din-

tre regiuni se măresc, și nu scad, cum ar fi fost normal. Pe ansamblu, PIB per capita în România (la paritatea puterii de cumpărare) a ajuns la 77% din media UE, la egalitate cu Ungaria și Polonia. România a depășit 5 state, inclusiv Letonia și Croația. În rândul celor mai scăzute PIB/locuitor din UE sunt 2 regiuni din Bulgaria și una din Franța.



CUM STĂM LA PRODUȚIA DE BUNURI ȘI SERVICII

Dupa cum se vede in infografic, **Regiunea Nord-Est are cel mai mic PIB pe regiunile de dezvoltare**, fiind cam la 60% din PIB-ul regiunii Vest si la mai puțin de 1/3 de PIB-ul București-Ilfov, dar acolo este un caz special, majoritatea firmelor care operează pe teritoriul românesc au sediul social în Capitală.

Partea proastă a lucrurilor este că, din două analize diferite, reiese că **regiunea Nord-Est ori stagnează ori chiar are o scădere a procentului raportat la media europeană**. Restul județelor din Regiunea de Dezvoltare Nord-Est s-au numărat printre

județele cu cel mai mic PIB din țară, Botoșani (cu 8.534 euro/locuitor) și Vaslui (7.522 euro/locuitor) situându-se pe ultimele două locuri, cu un PIB mai mic decât jumătate din media națională (16.820 euro/locuitor).

28 de județe produc fiecare sub 2% din PIB-ul național

O interesantă analiză venită de la Curs de Guvernare arată că 28 de județe au o pondere în PIB-ul național de sub 2% și numai 5 dintre ele au PIB/locuitor mai mare decât media națională. Astfel - Iașul este pe locul 6, Bacău și Suceava pe locurile 15 și 16, Galați pe 19, Neamțul pe 25. Vasluiul este în grupul județelor cu sub 1% pondere din PIB, dar cu cel mai mic PIB/locuitor, de numai 45% din media națională.

RATA SĂRĂCIEI - MOLDOVA PE ANTEPENULTIMUL LOC

Harta cu Rata sărăciei, sau a deprivării materiale și sociale, arată un plasament al regiunii Nord-Est cu două poziții deasupra sărăciei maxime din România, deasupra regiunilor Muntenia-Sud și zonei Sud-Est, cu un procent de 40,3% a populației aflată în această situație de deprivare.

Potrivit definiției, **„deprivarea materială și socială se referă la persoanele și gospodăriile care, din cauza lipsei resurselor financiare, nu-și pot permite 5 din cele 13 componente esențiale pentru un trai decent (șase la nivel individual și șapte la nivel de gospodărie)”**.



CUM STĂM LA SALARII

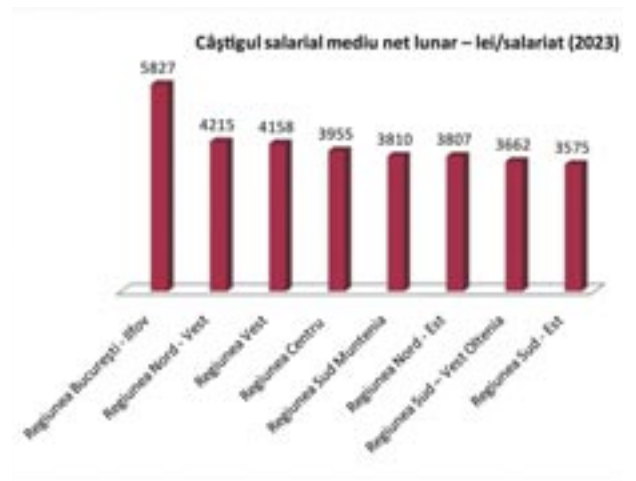
Salariul mediu net în România se ridică la 850 euro în 2023, o creștere de 25% față de 2019 și chiar de 100% față de 2015, atunci când era în jur de 425 de euro net.

Potrivit INS, câștigul salarial mediu brut pe economie în luna mai 2023 a fost 7.229 lei și cel net 4.543 lei, potrivit unei comunicări emise în luna iulie.

Iar conform prognozei, **moldovenii nu vor atinge nivelul de salarizare mediu din București, din 2022, nici măcar în anul 2027**. La finalul anului 2022, în București-Ilfov salariul mediu net era de 5.110 și prognoza estimează o creștere în acea regiune până la un salariu mediu net de 7.897. În Iași, salariul prognozat pentru 2027 este de 5.067 lei.

Pe lângă acestea, **rata șomajului era a doua cea mai mare din țară**, la nivel de regiuni (4,1%, față de media pe țară de 2,9%).

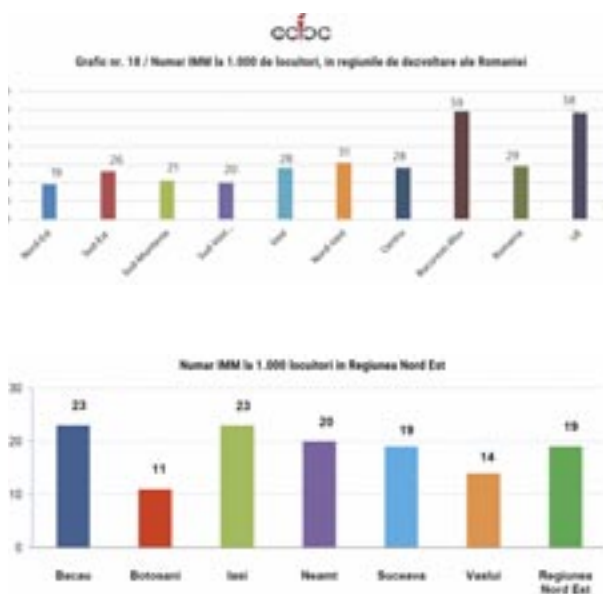
La nivel de județe, **între primele zece cu cea mai mare rată a șomajului, trei erau din Moldova**: Vaslui (8%, locul al doilea, după Teleorman), Galați (5,7%) și Suceava (5,3%) pe locurile 6-7. Neamț și Vrancea ocupau locurile 12 și 15, cu rate ale șomajului de 4,3%, respectiv 4%. Iașul, cu o rată de 3,1% (peste media pe țară), se plasa pe locul 29 din 42 de județe, iar Botoșani înregistra o rată a șomajului egală cu media la nivelul României.



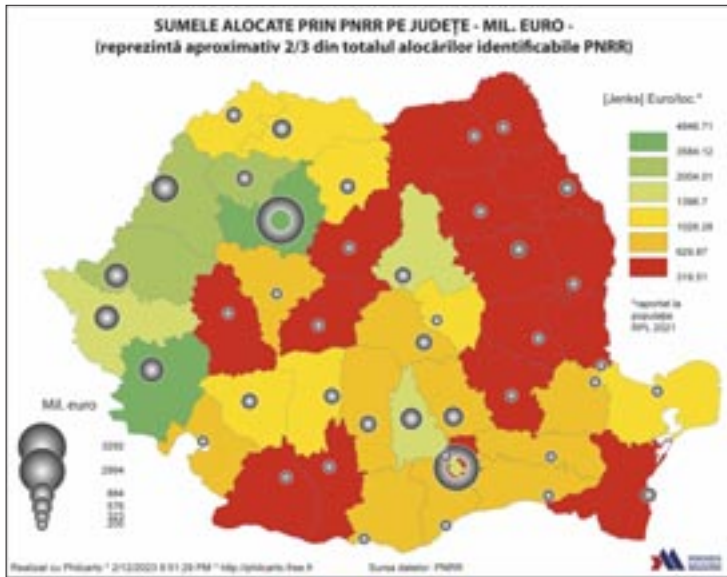
LA NUMĂRUL DE FIRME PRIVATE, REGIUNEA STĂ FOARTE PROST

În raportul **„Starea Economiei Județului Bacău 2023”**, Camera de Comerț și Industrie Bacău arată că Regiunea de Dezvoltare Nord-Est are cel mai mic număr de IMM-uri la 1.000 de locuitori (19).

Camera de Comerț și Industrie din Bacău a identificat 30 de cauze principale care duc la această stare a firmelor, iar prima enunțată în raport este **„pasivitatea generalizată a Statului cu privire la îmbunătățirea condițiilor necesare dezvoltării afacerilor”**. Fiscalitatea ridicată, birocrăția excesivă, „prigoana” întreprinzătorilor români prin instituțiile de monitorizare și control a activității agenților economici, lipsa de transparență în oferirea informațiilor la nivel național, regional și județean privind produsele exportate, importate și piețele de export/import, sunt alte câteva cauze care duc la o economie frivă, în opinia specialiștilor Camerei de Comerț și Industrie Bacău.



PNRR - PROGRAMUL SĂRĂCIRII MOLDOVEI



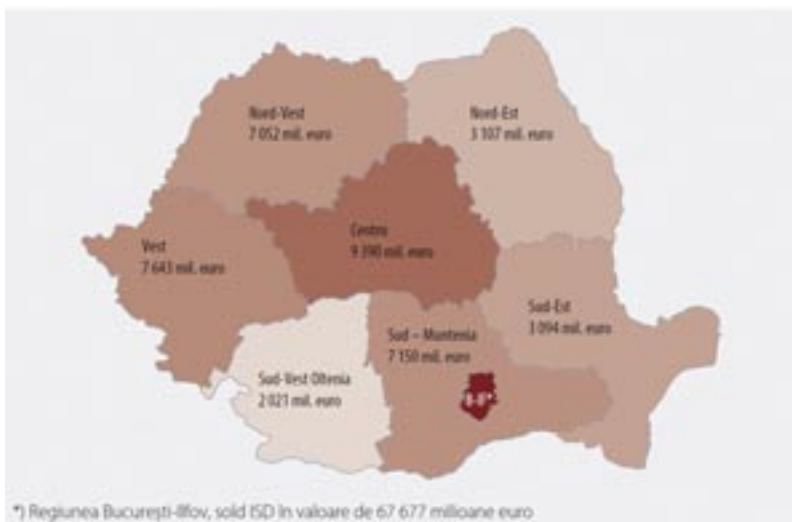
Scopul **Mecanismului de Redresare și Reziliență** este de a oferi sprijin pentru investiții și reforme esențiale în vederea redresării sustenabile și pentru ameliorarea rezilienței economice și sociale a statelor membre UE. Pentru utilizarea instrumentului de finanțare MRR fiecare stat membru al UE trebuie să elaboreze propriul Plan de Relansare și Reziliență (PNRR) prin care își stabilește domeniile prioritare de investiții în scopul ieșirii din criză, relansării economice și creșterii capacității de reziliență. România se află în această etapă.

Dacă ne uităm pe harta realizată de George Țurcănașu, cadru didactic la Facultatea de Geografie din Iași, vedem că **PNRR elaborat de Ministerul investițiilor și proiectelor europene nu contribuie cu absolut nimic la anularea disparităților dintre regiuni, ba din contră.**

Vom trata această situație într-o analiză separată.

De remarcat două cifre: 319 euro/ cap de locuitor în Moldova, bani din PNRR, și 4846 euro/locuitor în județul Cluj (mare parte datorată investiției în metrou) și Caraș-Severin.

De peste 10 ori mai mult!



NUMAI 2,9% DIN INVESTIȚIILE STRĂINE INTRATE ÎN ȚARĂ

La sfârșitul anului 2022, **soldul ISD (Investiții Străine Directe) a fost predominant concentrat în regiunea de dezvoltare BUCUREȘTI – ILFOV**, reprezentând 62,7 la sută din total, urmată de regiunea CENTRU cu o contribuție de 8,7 la sută din total și regiunea VEST, cu 7,1 la sută.

În contrast, nivelurile cele mai scăzute ale investițiilor străine au fost înregistrate de

regiunile NORD-EST (2,9 la sută) din cele 67 miliarde de lei atrase în total de România, și SUD-VEST – OLTENIA (1,9 la sută). Ordinea regiunilor de dezvoltare în funcție de ponderea deținută în soldul total ISD nu s-a modificat față de anul 2021, spune un raport al Băncii Naționale. Până în 2019, regiunea de Nord-Est atrăsese numai 1,8% din total, aproximativ 1,7 miliarde de euro din suma totală intrată în țară. Se poate observa o ușoară creștere a trendului investițional în regiune și este de așteptat o „explozie” după finalizarea investițiilor în autostrăzi.

CONCLUZII

1. Cel mai mic PIB/locuitor din România - 48% din media europeană
 2. A treia cea mai mare populație ocupată civilă (999,8 mii persoane), după București și Regiunea Nord Vest
 3. Al treilea cel mai mic salariu net (peste Sud-Vest Oltenia și Sud-Est)
 4. Cel mai mare număr de șomeri (43,2 mii persoane)
 5. A treia cea mai săracă zonă din țară - peste Sud Muntenia și Sud-Est
 6. Cu 59,5% din populație locuind în mediul rural, Regiunea de Dezvoltare Nord-Est era în 2023 a doua cea mai puțin urbanizată din țară. Doar în Sud-Muntenia se înregistra un procent mai mare din populație care locuia în mediul rural (61,3%),
 7. Cele mai mici investiții străine - numai 2,9% din totalul investițiilor în România, adică 2 miliarde de euro din totalul de peste 67 de miliarde euro.
 8. Cea mai slabă alocare procentuală din PNRR
- Aici suntem, de aici trebuie gândite planurile de dezvoltare.

CE ESTE DE FĂCUT

Având în vedere starea economică reieșită din capitolul anterior al analizei, se impune întrebarea - Cum poate fi dezvoltată Moldova?

Întregul demers al proiectului nostru „Moldova Economică” are la

bază această interogație, care va genera o consistentă serie de analize și predicții legate de dezvoltarea regională.

În acest număr de revistă lansăm tema dezvoltării regionale prin

apelul la opinia a doi președinți de Camere de Comerț din regiune (Iași și Bacău), a unui profesor de economie de la Universitatea ieșeană și a unui expert în dezvoltare economică regională, cadru didactic al aceleiași universități.

TREI SOLUȚII PENTRU DEZVOLTAREA MOLDOVEI:

George Țurcănașu: A8, facilități fiscale și regionalizarea pe vechile provincii istorice

Unele state europene au făcut eforturi considerabile în ceea ce privește reducerea decalajelor dintre substructurile teritoriale ce compun nivelul național.

Exemple de bune practici sunt eforturile Ungariei, Poloniei, Republicii Cehe, Slovaciei și ale Bulgariei de a-și moderniza infrastructura de transport (în special cea rutieră), astfel încât să se amelioreze accesibilitatea tuturor regiunilor la nucleul dur al UE (de unde vin majoritatea investițiilor) sau acțiunea Poloniei (singulară încă!) de regionalizare administrativă.

Din păcate, **România e departe de a se fi aliniat țărilor din regiune** care fac eforturi la nivel național pentru a reduce decalajele regionale și județene.

Nu numai că nu s-au diminuat disparitățile între București-Ifov și județele vestice, pe de o parte, și cele din est și sud, pe de altă parte, ci chiar au crescut într-un ritm îngrijorător.

Acest dezechilibru major, ce are ca victimă principală regiunea Moldovei, are cel puțin trei surse principale:

- 1. lipsa infrastructurii majore în regiune și a unei legături rapide de transport cu Centrul Europei,**
- 2. lipsa unor politici guvernamentale coerente de sprijinire a dezvoltării regiunii**
- 3. și coeziunea teritorială precară la nivel regional.**

Să le luăm pe rând:

1. Ce rol vor avea autostrăzile A7 și A8

Eforturile unor state din regiune de a îmbunătăți infrastructura rutieră nu au rămas nerăsplătite, gradul de dezvoltare în zonele unde au fost construite autostrăzi a crescut.

Fără îndoială, cel mai important avantaj pe care-l aduce o autostradă este creșterea accesibilității în primul rând în termeni de distanță-timp (timpul necesar deplasării dintr-un loc în altul).

Această diminuare a distanței timp ar potența avantajele economice comparative și competitive ale Moldovei, chiar dacă teritoriul va rămâne situat la o distanță mai mare față de zona centrală a unui metateritoriu (precum UE) decât alte locuri din țara noastră.

Autostrada A8 este cea care creează coeziune în regiune

Autostrada A8 Iași-Tg Mureș nu numai că ar scoate din izolare și ar crea condițiile unor implantări ale unor mari investiții din zona de producție, dar ar fi și un reper important în creșterea coeziunii regionale.

Dacă în prezent cei 190 de km dintre Siret și Iași sunt acoperiți în aproximativ 3 ore, în cazul în care A7 și A8 ar funcționa, timpul de parcurs aproape că s-ar înjumătăți.



George Țurcănașu, specialist în dezvoltarea teritoriului

Asta nu înseamnă doar o eficiență mai mare în ceea ce privește transportul de mărfuri, ci și o accesibilitate crescută la serviciile teritoriale (sanitare, de transport aerian, de învățământ etc.), ce se localizează în bună măsură la Iași.

Autostrada A7 servește creșterii rolului Bucureștiului în Moldova

Între timp Autostrada A7, ce are norocul de a deservi direct interesele teritoriale ale Bucureștiului în periferie, se află în diverse

stadii de construcție pe sectoarele Pașcani-intersecție cu A3 (la câțiva km SE de Ploiești).

Această întârziere în livrarea A8 (Iași-Tg Mureș) pe sectorul Iași - intersecția cu A7, va imprima o schimbare a raportului de forțe teritoriale dintre Iași – polul principal regional și București – un pol superior, dar extern regiunii și aflat la mare distanță.

Creșterea rolului Bucureștiului în Moldova, ca urmare a diminuării consistente a distanței-timp doar pe acest vector, va impune o diminuare a rolului Iașului în ecuația teritorială regională.

Efectul imediat va fi o diminuare a coeziunii regionale, și așa destul de precară.

2. În România, disparitățile regionale sunt alimentate tocmai de programele de finanțare menite să le reducă

Toate facilitățile fiscale merg în Vestul țării

Deși dificil de cuantificat și imposibil de contabilizat, *facilitățile fiscale și ajutoarele de stat acordate marilor companii multinaționale* reprezintă imaginea dezechilibrului perfect.

Accesibilitatea redusă a estului României la piețele de desfacere ale UE, de unde vin și unde se duc majoritatea mărfurilor angrenate în comerțul extern al României și unde se localizează principalele investiții străine, face ca aceste ajutoare de stat să se concentreze în special pe fațada vestică, Transilvania, iar în România extracarpatică acestea sunt strâns legate de economia de aglomerație a Bucureștiului și a câtorva județe vecine (Ilfov, Argeș și Prahova).

În privința acestui tip de finanțare avem doar două niveluri (Bucureștiul și restul

României), plecând de la considerentul că toate celelalte regiuni de dezvoltare ar avea sub 75% din media PIB/locuitor a UE.

Dar nu e același lucru să te situezi în proximitatea acestei cifre (Vest, Centru și Nord-Vest) și să fi trecut cu doar câteva procente peste 40%, ca în cazul regiunii de Nord-Est.

POR mărește decalajul dintre regiuni

Programul Operațional Regional (POR) are ca obiectiv principal diminuarea ecarturilor de dezvoltare dintre regiuni.

Dar și aici, ca și în cazurile precedente, guvernării de la București interpretează într-o manieră bizară sprijinirea regiunilor mai puțin favorite.

În România, când vorbim de POR, doar datele absolute creează iluzia unor fonduri mai mari atribuite regiunii cel mai puțin dezvoltate a României – 1,75 miliarde euro.

În fapt, cu ceva mai mult de 550 euro/locuitor, Regiunea de dezvoltare Nord-Est se află pe o poziție codașă între regiunile României, în urma Regiunii de Sud-Est, dar și a celor de Nord-Vest și Vest, ce au un PIB/loc. mult mai mare.

PNDL - alt program care trebuia să micșoreze decalajele, dar le mărește

Planuri precum *Planul Național de Dezvoltare Locală (PNDL/ Anghel Saligny)* sunt specifice doar României, iar menirea acestuia (unică, aș zice, în conformitate cu site-ului PNDL) e reducerea decalajului dintre regiuni.

Regiunii de Nord-Est, cea mai populată din România (3,2 milioane de locuitori în 2021), i-au fost atribuite în ciclul de finanțare ante-

rior (2017-2020) doar 4,8 miliarde de euro (locul al II-lea în valori absolute, după Regiunea de Sud Muntenia).

Relativizând aceste date (100 e media României în euro/loc.), observăm că regiunea de dezvoltare de Nord-Est nu numai că are o valoare inferioară acesteia (99), dar și că se află la coada clasamentului național.

Poate că politicienii români ar trebui să mai reflecteze asupra a ceea ce ar însemna reducerea decalajelor interregionale de dezvoltare.

3. Regionalizarea ar trebui făcută după vechile regiuni istorice

Regionalizarea ar avea drept consecință crearea unor solidarități la nivel regional, ce vor duce la creșterea coeziunii teritoriale. Astăzi, relațiile instituționale extrem de slabe dintre județele vecine îngreunează colaborarea chiar și în cazul unor proiecte comune.

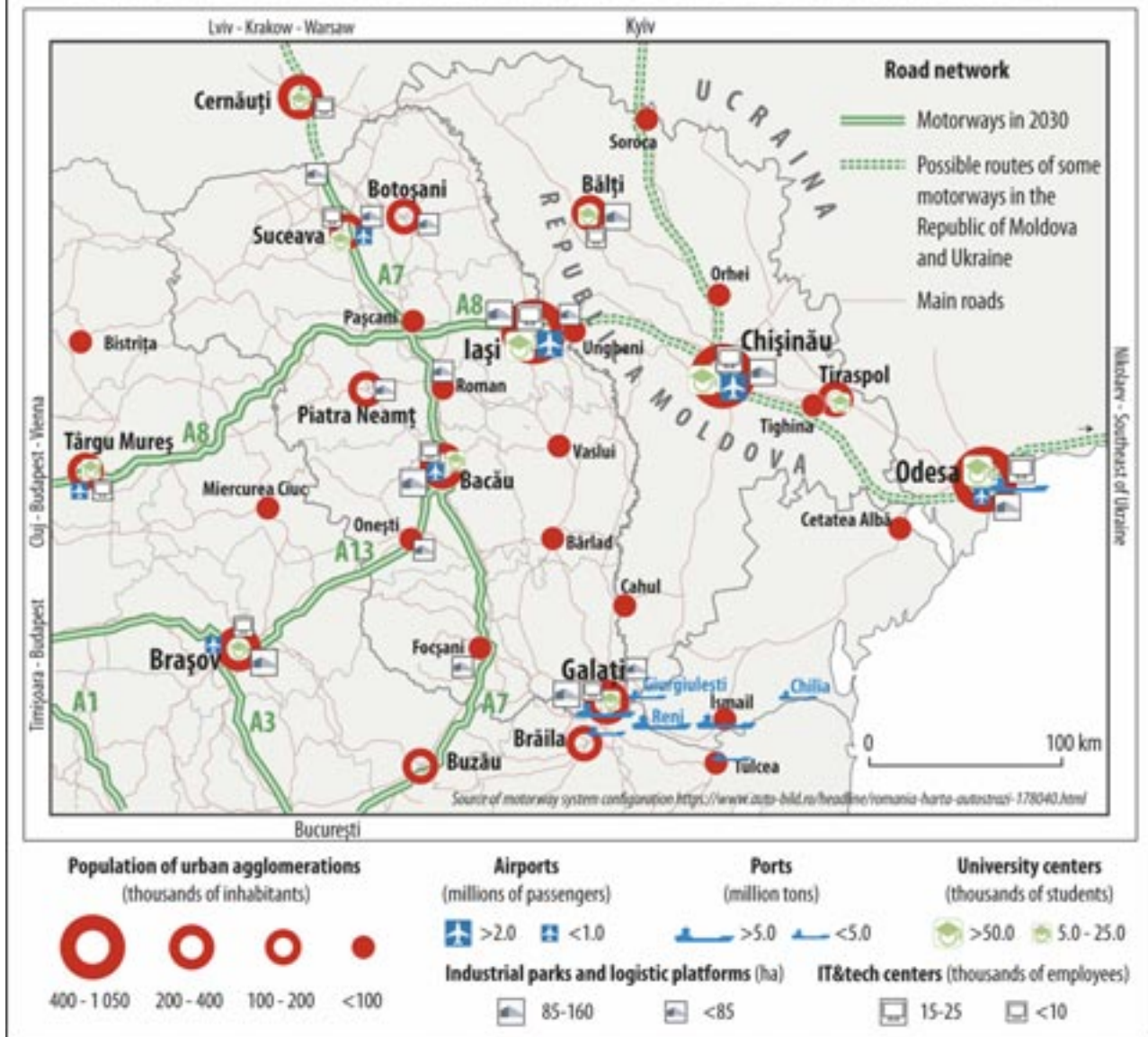
În privința nivelului administrativ regional (NUTS2), regiunile mari, ale căror configurații s-ar suprapune vechilor limite istorice ar prezenta câteva avantaje legate atât de coeziunea teritorială, cât și de competitivitatea lor în raport cu entitățile similare europene.

E de preferat să construim structuri regionale mari, coerente din perspectiva marilor convergențe și capabile să concureze cu celelalte regiuni europene; regiunile mici ar fi și insuficiente funcțional, cea mai mare parte a fluxurilor importante la nivel scalar superior se vor orienta dinspre așezările regiunilor ce nu au un oraș mare în componența lor către o centralitate externă arealului administrativ; limitele ar trebui fixate cel mai bine pe vechile limesuri istorice – pentru că acestea delimitează entități ce au o logică teritorială verificată deja. ●

În loc de concluzii

- Doar acțiunile conjugate ale tuturor actorilor teritoriali (autoritățile centrale, cele locale, antreprenorii, societatea civilă etc.) menite să elimine sursele principale ale dezechilibrului economic și social al Moldovei, vor crea oportunitățile dezvoltării regionale durabile.
- Livrarea autostrăzii A8, pe lângă creșterea coeziunii teritoriale și a competitivității regionale, ar repune Moldova și România pe harta marelui trafic intercontinental, această autostradă fiind utilă și Republicii Moldova, dar și pentru jumătatea sudică a Ucrainei, care tot pe aici va avea cea mai scurtă cale către Europa Centrală. Pe timp de război, A8 ar avea un rol strategic și militar, pe timp de pace, A8 va fi calea către prosperitate a acestei părți a continentului, jucând și un rol important în refacerea economică și socială a Ucrainei.
- În privința **programelelor de finanțare ce vizează reducerea disparităților regionale**, ar fi de preferat discriminarea pozitivă a regiunilor sărace sau măcar egalizarea sau atenuarea diferențelor de finanțare.
- La nivelul investițiilor străine ar fi necesare crearea unor facilități fiscale suplimentare județelor din Moldova, pentru ca și această regiune să-și poată valorifica potențialul și avantajele economice comparative și competitive, câte or mai fi la momentul actual.
- **Regionalizarea** va crea cadrul administrativ pentru punerea în practică a proiectelor importante la nivelul regiunii. Această intervenție ar introduce două dimensiuni noi **gubernanței teritoriale** – una ce ține de **echitate** și o alta de **etica teritorială**.

ECONOMIC AND SOCIAL OBJECTIVES IN THE EAST CARPATIAN AREA



Ar putea deveni cele două Moldove viitoarea zonă emergentă economică a Europei?

În condițiile încheierii războiului cu libertatea Ucrainei de a adera la Uniunea Europeană, și cu înaintarea Republicii Moldova pe drumul european, vechiul spațiu al Moldovei (aici le include pe ambele) ar putea deveni interesant investițional, într-un orizont mediu de timp, în aproximativ 5 ani.

Clasica rută nord-sud care să străbată Moldova, venind din Grecia și urcând spre Marea Baltică, ar fi din nou funcțională - în ultimele decenii Ucraina fiind evitată, din pricina confuziei politice de la Kiev.

Cu două autostrăzi care să le străbată de la nord la sud și de la est la vest (Odesa-Chișinău-Iași-Tg Mureș), două aeroporturi medii și încă 3 mici, cu o populație de aproximativ 5-6 milioane de oameni și șase centre universitare, cu două porturi - Giurgiulești și Galați - **zona poate deveni cu adevărat atractivă pentru toată lumea**, atât pentru cei care se relochează near-shoring cât și pentru cei din Vestul european.

Dar această viziune are nevoie de impuls politic pentru a se îndeplini - de accelerarea construirii infrastructurii, de eventuale facilități fiscale pentru investitori, de

programe pentru creșterea și educarea viitorilor angajați, de stimulente pentru revenirea în țară a celor emigrați etc.

Deci, de politicieni competenți și implicați.

Dar este o viziune care poate deveni realitate. ●

Vezi video: DORU SIMOVICI, președintele Camerei de Comerț Bacău, despre „Cum se poate dezvolta Moldova”



Şase condiții pentru dezvoltarea regiunii



Paul Butnariu,
președintele Camerei
de Comerț a județului Iași

Prima condiție - autostrăzile. Și autostrada A8, în principal

Prima condiție de a dezvolta o regiune este de a-i asigura condițiile de racordare la infrastructură. Autostrada aduce după sine dezvoltare - acolo unde se termină autostrada, se termină civilizația.

Dar nu autostrada în sine creează dezvoltarea, ci tot ceea ce atrage - spațiile din jur, drumurile de legătură nodurile de legătură, pe acestea se dezvoltă investițiile, spațiile logistice, parcurile industriale etc.

Autostrada A8 este cea mai importantă, aceasta este autostrada dezvoltării Moldovei, de fapt, **are o eficiență economică mult mai mare decât A7**, Ploiești-Paşcani-Siret, și ne poate permite fructificarea poziției Iașului de pod între Est și Vest, în condițiile apropierii Moldovei de Uniunea Europeană, care va face legătura cu Chișinăul și, mai departe, cu Odesa.

A doua condiție - rețeaua de căi ferate

Dacă vrem să atragem investitori care se retrag din zona asiatică, acel fenomen de „near-shoring”, din dorința de a-și reduce liniile de aprovizionare, pentru că pandemia ne-a învățat că liniile de aprovizionare sunt extrem de sensibile și pot fi ușor tăiate - **avem nevoie de o cale ferată care să ajute la transportul unui tonaj eficient.**

Vorbim de coridorul de cale ferată Giurgiu-București-Suceava-Siret, este coridorul IX pan-european, cale ferată care trebuie urgent modernizată, acum fiind într-o stare care nu permite transport nici de volum și nici de viteză.

Apoi avem ruta de cale ferată Suceava-Illva Mică, o rută est-vest foarte importantă, cu care Iașul trăiește de peste 150 de ani, ieșenii fiind singurii români care putea merge pe calea ferată până la Viena, prin Cernăuți și Lvov.

Avem nevoie mare de magistrala de cale ferată 600, care merge de-a lungul văii Prutului și leagă Galațiul de Iași, rută la acest moment neelectrificată și nedublă pe mari porțiuni! Este o rută vitală pentru dezvoltarea Iașului.

Zona de nord-est a României este un important producător agricol. Județele din nordul României - Suceava, Botoșani, Iași - sunt în primele locuri în anumite produse: **Suceava, primul loc la lapte, Botoșani, locul 2 la carne, Iașul, locul 6 la carne, Suceava este numărul 4 la legume** și tot așa.

Aceste produse au nevoie de a fi transportate în masă, cu vagoane specializate sau cu tiruri specializate. Acum drumul de la Iași la Tecuci, circulația este chinuitoare din pricina transportului cu tirurile.

A treia condiție - Prutul poate fi navigabil

Să nu uităm că zona Botoșaniului este o zonă agricolă foarte importantă, acolo

erau marile latifundii agricole, acolo erau marile producții de cereale, care ajungeau în portul Galați în mare parte cu mici barje pe râul Prut. **Pe acest râu, înainte de război se transportau peste 200.000 de tone de mărfuri anual, circa 10.000 de vagoane!**

În Planul Național de Investiții al României este prins un studiu de fezabilitate pentru navigabilitatea râului Prut, cu un buget de 8 milioane de euro.

Avem o directivă europeană care spune că până în 2030, peste 20% din volumul de transport al mărfurilor trebuie făcut pe apele interioare navigabile ale țării. Iar până în 2050 trebuie să se atingă procentul de 50%.

Pe Prut se poate naviga cu barje de 500-1000 de tone.

Navigarea pe Prut este un proiect de mare anvergură gândit deja în anii 60 de Academia RSR, în colaborare cu Academia URSS, iar primul baraj care regla amenajarea râului Prut pentru navigabilitate a fost creat deja la Stânca-Costești, o lucrare uriașă. Planul mai prevede încă două asemenea baraje, foarte utile și dacă se ține cont că Republica Moldova nu are surse de apă în zona sa de est, pentru băut sau pentru irigații.

A patra condiție - magistrala văii Prutului, care să lege Galațiul de Botoșani

Zona Botoșaniului este izolată complet, nici racordarea la viitoare Autostradă A8 nu este rezolvată în bună măsură.

Ar trebui o magistrală, și feroviară și auto, mult mai coerentă și mai eficientă, care să lege Botoșaniul de Iași și Galați, o magistrală a văii Prutului - aceasta a fost principala coloană vertebrală economică a Moldovei până la pierderea Basarabiei.

Chiar firma mea a lucrat la un proiect cu mulți ani în urmă pentru ruta de cale

ferată Hârlău-Flămânzi, care aducea mai multă coerență regiunii, proiect abandonat.

Zona de la Prut din județele Botoșani, Iași, Vaslui și Galați trebuie racordate la în mod eficient la autostrăzile A7 și A8, dar mai ales la A8. Pe de altă parte este necesar de a fi reabilitat întregul acest coridor Galați-Rădăuți Prut, care traversează toate cele patru județe din estul regiunii Moldova.

A cincea condiție - închiderea inelului energetic, care acum exclude Iașul

Până acum nu am avut o piedică în asigurarea resurselor energetice pentru a te dezvolta. **Prima condiție ca să-ți amenajezi o investiție este accesul la utilități - la apă, la gaz, la energie electrică.** Dacă primele pot fi asigurate chiar din sursele proprii ale investitorului, accesul unei noi capacități industriale la o rețea de energie este esențială.

În Planul Strategic de Dezvoltare Unitară a României, prioritară era închiderea inelului de 400 kV pe perimetrul frontierelor României. **Ei bine, dacă în alte zone s-a respectat acest principiu, de la Galați la Iași nu s-a mai respectat.**

Am ajuns în situația în care, în loc să se fi respectat proiectul și strategia, această linie de 400 de kV a venit dinspre Galați până lângă Bârlad și, în loc să vină încă 100 de kilometri spre Iași, a „cotit-o” spre sudul Bacăului, la Gutinaș, unde este un nod energetic.

Deci, inelul nu s-a mai închis și Iașul a fost din nou izolat!

În loc să avem două inele energetice, care împreună ar fi oferit și siguranță geostrategică, unul pe valea Siretului și unul pe valea Prutului, acum avem o ruptură în partea de est a țării, cu Iașul și Botoșanii rămași în afara acestei strategii naționale.

În loc să se meargă normal la Iași apoi la Stânca-Costești, unde să se lege și rețeaua Suceava-Stânca-Costești - cu continuare la Bălți, acum avem numai linia de la Suceava la Stânca și lipsă cea de la Bârlad-Iași-Stânca.

Lipsa acestei racordări este teribilă! În condițiile în care vom dezvolta parcuri industriale în zona orașului Iași, nu vom avea suficientă energie electrică să le alimentăm!

Deja în zona Miroslava limita de putere este atinsă.

Nimeni nu ne poate da o explicație cum de s-a ajuns aici!

A șasea condiție - nod intermodal lângă aeroportul Iași

Avem deja un aeroport mediu, care reprezintă deja un impuls pentru industriile creative sau industria de evenimente, dar un terminal cargo va ajuta, iar un nod intermodal ar fi foarte atractiv pentru investitori pentru că ar permite ca Iașul să devină efectiv un nod în comerțul regional, așa cum a fost odată - având cale ferată și cu ecartament normal și cu ecartament larg, autostradă, aeroport de mărime medie, și poate și un viitor Prut navigabil.

Poziționarea geografică a Moldovei în noul context geopolitic o poate recomanda pentru investițiile care țin de reconstrucția Ucrainei, acest nou atu trebuie fructificat cât mai mult. Nord-estul României poate deveni o bază industrială și logistică pentru produse și servicii necesare refacerii de după război a unei dintre cele mai mari țări din Est. ●

Despre cauzele înapoierii Moldovei, vezi materialul video.



Astăzi nu mai putem vorbi de dezvoltare regională dirijată centralist

- Strategii, politici și viziuni - care este diferența dintre ele
- Soluția - structuri dedicate dezvoltării regionale

Un text de **Andrei Neșțian**

Politicele economice de dezvoltare regională trebuie în prezent construite prin contribuția mai multor actori: Guvernul României, ADR Nord-Est, Consiliile Județene, Primăriile, Camerele de Comerț și Industrie, marile companii din regiune etc.

O dezvoltare organică, naturală, se produce de la sine. Însă, dacă dorim o accelerare a dezvoltării pe o anumită focalizare, este nevoie de cel puțin două lucruri:

- înțelegerea valorii și realismului unei posibile focalizări,
- conceperea unor măsuri bine coordonate și acceptate de actorii menționați.

Ambele presupun un efort de analiză pentru fundamentarea alegerii unei anumite focalizări a dezvoltării regionale și, ulterior, când se va ajunge la implementarea unor măsuri, un efort de a face analize care să monitorizeze realizarea efectelor scontate ale acestor strategii.

Orizontul de timp al unor astfel de demersuri este la nivelul a 5-15 ani în viitor.

Planurile actuale nu sunt centrate pe nevoile regionale

La nivel național există strategii și planuri de dezvoltare economică regională, inclusiv celebrul PNRR. Dar, ele nu sunt rodul unei viziuni centrate pe nevoile regionale, locale.

Au fost culese date și opinii din teritoriu, dar **aceste strategii sunt în principal**



Prof.univ.dr.
Andrei Ștefan Neșțian

Facultatea de Economie și
Administrarea Afacerilor
Universitatea Alexandru Ioan
Cuza din Iași

mijloace de alocare prioritara a unor resurse, cu prioritatea determinată de viziunea guvernului de la București.

Jocurile puterii fac adesea ca deciziile să favorizeze alocarea de resurse pe alte criterii decât cele ale nevoilor reale de dezvoltare clamate de regiuni.

În dezvoltarea regională putem vorbi astăzi despre trei niveluri de influențare a evoluțiilor:

- **conceperea de strategii**, cu măsuri implementabile imediat;

Strategiile și măsurile sunt cu cel mai scurt orizont decizional (1-4 ani) și cu cel mai mare grad de detaliere a

intervențiilor, urmând să fie asumate de una sau mai multe instituții care au puterea de a le implementa, în limitele lor de autoritate, adesea cu gândul la dimensiunea temporală a unui mandat al decidentului principal. Guvernul României, Consiliile Județene, Agenția de Dezvoltare Regională, Primăriile, toate pot concepe și implementa strategii și măsuri în limitele lor de autoritate.

- **conceperea de politici**, care să reprezinte un cadru în care pot fi limitate sau încadrate anumite măsuri;

Politicele sunt cu un orizont de timp mai mare (3-8 ani) și cu un grad de detaliere mediu, pentru a permite un spectru larg de strategii actuale sau viitoare, care să poată fi adaptate situației din momentul precis al adoptării lor.

Ele pot fi folosite de diferite instituții cu rol de coordonare sau implementare a unor programe în care sunt așteptate inițiative ale unor actori. De exemplu, alocarea fondurilor europene se face în cadrul unor politici europene și naționale, care determină priorități de alocare și programe în care instituțiile publice sau companiile sunt invitate să manifeste inițiative, depunând proiecte care să ducă la apariția unor rezultate concrete.

Aceste proiecte sunt orientate și limitate de politicile respective. În prezent, conceperea de politici de dezvoltare regională este asumată la nivelul Guvernului, a ARD-urilor și a unor instituții aflate în subordinea Guvernului. Vocea actorilor regionali în conceperea acestor politici este pe multe axe de dezvoltare absentă sau slab reprezentată.

- **conceperea de viziuni** susținute de stakeholderii reprezentativi, care să determine direcțiile cele mai favorabile pentru viitoarele politici, măsuri și strategii.

Viziunile strategice privind evoluția pe o anumită axă de dezvoltare au cel mai

Rolul viziunilor este de a oferi ținte de dezvoltare pe termen foarte lung (6-15 ani), care, fiind realizate colectiv, creează atașament și acceptare din partea mării majorității a stakeholderilor.

Difuzarea în întreaga comunitate a unei viziuni are rolul de a genera tensiunile evolutive pe termen lung și de a influența măsurile și strategiile tuturor actorilor regionali fără vreo formă de impunere.

larg orizont decizional și sunt cel mai puțin detaliate în termen de intervenții. Ele trebuie să fie creații realizate cu contribuția deschisă și profesionistă a celor mai importanți actori și stakeholderi regionali.

Actorii au în prezent și în viitor potențiale roluri active în realizarea de strategii și în implementarea lor, iar stakeholderii, pot avea doar roluri de beneficiari. Toți actorii sunt și stakeholderi, dar nu toți stakeholderii pot fi actori.

Rolul viziunilor este de a oferi ținte de dezvoltare pe termen foarte lung (6-15 ani), care, fiind realizate colectiv, creează atașament și acceptare din partea mării majorității a stakeholderilor.

Difuzarea în întreaga comunitate a unei viziuni are rolul de a genera tensiunile evolutive pe termen lung și de a influența măsurile și strategiile tuturor actorilor regionali fără vreo formă de impunere.

De ce anume are nevoie dezvoltarea coerentă și pe termen lung?

Viziune strategică

O viziune strategică, creată și asumată de cei mai importanți actori regionali în urma unor activități de foresight (privire în viitor), poate fi folosită ca referință în toate discuțiile privitoare la crearea de planuri, programe, politici sau decizii de

alocare a unor resurse care au impact asupra dezvoltării regionale.

Ea poate fi folosită atât de instituțiile publice cât și de ONG-uri, asociații patronale sau companii pentru a-și argumenta cererile și propunerile în relația cu Guvernul și cu Parlamentul.

Ea poate fi folosită ca referință în armonizarea colaborării dintre diferiți actori ai dezvoltării regionale, astfel încât efectele benefice ale unor decizii să nu fie doar bazate pe viziuni înguste și interese limitate la o anumită localitate sau o anumită instituție.

Armonizarea intereselor

Pornind de la această triadă – **strategii, politici, viziuni** – o dezvoltare regională coerentă pe termen lung, **are nevoie de armonizarea intereselor și perspectivelor multiplilor actori economici și instituționali.**

Studii sectoriale

Regiunea de NE și județul Iași sunt recunoscute pentru prezența anumitor industrii și pentru un anumit potențial economic. Însă, pentru a trece de la a crede că știm încotro ne îndreptăm, la a ști realmente, este necesar un efort instituțional dedicat realizării periodice a unor **studii sectoriale**, pe industriile din regiune.

Este necesar un efort coordonat de implicare colectivă în conceperea de viziuni agreate la nivel regional, din care să derive **politici de dezvoltare sectorială congruente și strategii realmente benefice**. Instituțiile publice din regiune, asociațiile din mediul de afaceri împreună cu institutele de cercetare și universitățile din zonă au capacitatea de a le face.

Intermedierea politică nu e o soluție

Trebuie însă alocate resurse și trebuie coordonat un astfel de proces de concepere a celor trei instrumente de focalizare, favorizare și dirijare efectivă a evoluțiilor agreate.

Armonizarea intereselor și perspectivelor multiplilor actori economici și

instituționali este principala dificultate, în condițiile în care principala cale pragmatică de reunire a vocilor din regiune este astăzi considerată doar cea oferită de reprezentarea politică.

Intermedierea politică a intereselor regionale prin vocea și puterea națională relativă a politicienilor și filialelor de partid din zonă este însă o cale limitată și grevată de multe distorsiuni. ●

Soluția - structuri dedicate dezvoltării regionale

De aceea, consider că soluția pentru a putea fi create aceste instrumente – strategii, politici și viziuni – este reunirea unor actori relevanți – ONG-uri, agenți economici și instituții publice – în structuri dedicate acestei forme de colaborare.

Fie că se vor numi **Proiecte, Asociații** sau **Consortii**, este necesară apariția și perenizarea lor. Existența lor trebuie să aibă ca finalitate:

- a crearea și difuzarea de viziuni** privind dezvoltarea regională pe diferite axe tematice (economic, infrastructură, transporturi, dezvoltare socială și locativă, sănătate etc.),
- b crearea pentru utilizare în regiune a unor politici coerente**, utilizabile în limitele lor de autoritate de instituțiile și de ceilalți actori locali,
- c conceperea unor propuneri de politici coerente**, bine fundamentate și clar orientate, care să fie înaintate în toate discuțiile și deciziile privitoare la dezvoltarea regională în care anumiți actori regionali sunt prezenți la nivel național.

Astăzi nu mai putem discuta despre o dezvoltare regională dirijată centralist.

Avem nevoie de o gândire de tip rețea, în care fiecare actor și fiecare stakeholder regional semnificativ să fie activat și orientat spre a sprijini o stare viitoare mai bună, agreată ca fiind binele colectiv.

PESTE 15 MILIOANE DE RONI GENERATI ÎN 2023

Cu peste cinci ani de experiență în domeniul marketingului, suntem o agenție specializată în oferirea de soluții personalizate și inovative pentru afacerea dvs.

Pornind de la premisa că esențele tari se țin în sticlute mici, am adunat de-a lungul timpului o echipă plină de resurse și de oameni dedicați, pasionați, care știu că adaptarea și înțelegerea sunt două dintre trăsăturile care te ajută într-o eră care funcționează pe repede-înainte.

AGENȚIE MARKETING ONLINE

SERVICII

MARKETING /

Strategie de marketing · SEO · Social Media · Email Marketing · Copywriting · Foto/Video · Facebook Ads · Instagram Ads · Google Ads · TikTok Ads

DESIGN /

Logo Design · Branding și identitate · Graphic Design · Web Design · Design aplicații mobile

IT /

SCreare magazin online · Creare site de prezentare · Hosting · Mentenanță website

MARKETING AUDIT /

Analiza datelor · Audit SEO · Audit website · Audit campanii PPC · Audit social media



digitalpoint.ro

EXPLOREAZĂ SITE-UL!



SERVICII DE TIPĂRIRE & PERSONALIZARE PROFESIONALĂ

PRINT DIGITAL

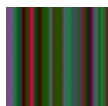
Flyere / Pliante / Afișe de mari dimensiuni / Plicuri personalizate / Mape / Cărți de vizită / Broșuri / Cataloage de prezentare / Diplome / Calendare personalizate / Semne de carte / Invitații nuntă / Plicuri nuntă / Plicuri botez

MATERIALE PROMOȚIONALE

Căni personalizate / Tricouri personalizate / Șepci personalizate / Hanorace personalizate / Cutii de vin / Veste personalizate

ETICHETE PERSONALIZATE

Auto moto / Produse alimentare / Cosmetică / Textile / Produse promoționale / Prețuri / Produse non-alimentare / Farmacie



trofez-print.ro

EXPLOREAZĂ SITE-UL!



RAPID. RELEVANT. REMARCABIL.

Suntem dedicați oferirii de soluții de tipărire și personalizare de înaltă calitate, concepute pentru a ajuta nu doar companiile dar și persoanele fizice să își exprime unicitatea prin produse vizuale remarcabile.

Ceea ce ne deosebește este faptul că toate produsele noastre sunt realizate intern, în propriul nostru centru de producție, fără a externaliza nicio parte a procesului. Această abordare ne permite să garantăm calitatea, rapiditatea și profesionalismul pentru fiecare comandă.

Trofez Print combină arta și tehnologia pentru a crea produse de calitate. Cu utilaje performante, ne asigurăm că fiecare detaliu este pus în evidență, făcând fiecare produs remarcabil, fie că vorbim de **etichete autoadezive, flyere, mape, plicuri, cataloage, autocolante** etc. Oferim o gamă vastă de opțiuni de personalizare, permițând clienților să creeze produse care reflectă cu adevărat viziunea și brandul lor. În plus, echipa noastră este pregătită să îți ofere un design unic și creativ.

SECȚIUNEA

COMPANII

&

ANTREPRENORI



Marian Berdan,
CEO ELECTRA SRL

ELECTRA

Cum poți ajunge stăpânul absolut al unei piețe

- firma ieșeană deține peste 80% din piața națională de interfoane
- 24.000 de apartamente conectate în fiecare lună
- cât de importantă este inovația dacă vrei să te dezvolți accelerat
- ce avantaje trebuie să ai dacă lupți pe piața internațională de videofoane

„Am pornit afacerea din întâmplare”

Nu sunt multe companii românești care să dețină o cotă „nimititoare” de 80% din piața națională pentru produsele pe care le fabrică.

Compania ELECTRA din Iași produce interfoane și videofoane pe care le folosesc deja peste 15 milioane de români - la intrările în bloc, în apartamente, în case sau în birouri.

Înființată în 1991 la Iași de un inginer electronist, cu ideea clară de a produce echipamente electronice, fără a avea un produs anume în intenție, acum Electra este jucătorul aproape exclusiv pe piața device-urilor de control personalizat al accesului în spații private.

„Am pornit afacerea cu interfoanele din întâmplare” - ne spune Marian Berdan, CEO ELECTRA SRL. **Aveam o mică firmă de servicii electronice, de care eram foarte pasionat, când un**

În 2008, Compania ELECTRA Group s-a divizat în 3 companii cu activități distincte:

- **ELECTRA** produce interfoane și soluții de control acces destinate utilizatorului final. Cifra de afaceri 2022 - 3,2 milioane de euro, profit după activitate de 500,000 euro, cu un număr de 70 de angajați.
- **EMS-ELECTRA** - cifra de afaceri 2022 de 4 milioane de euro/ profit 100,000 euro și 43 de angajați și **PCB-ELECTRA** - cu cifra de afaceri de 600,000 de euro și 14 angajați. Ambele produc componente pentru sectorul industrial.

medic din Iași ne-a rugat să-i facem un interfon pentru scara blocului, un lucru nemaivăzut la vremea aceea.

Noi am uitat de comandă, ne-am luat cu motoarele noastre, el a insistat vreo câteva săptămâni, și în cele din urmă ne-am documentat, am proiectat și am produs interfonul cu cod numeric, soluție de control personalizat al accesului, produs de noi 100%.

Cei din blocurile vecine au văzut, și din acel moment au început să curgă comenzile. Era în 1993.

A fost o spargere la un bloc la care era deja montat interfon, așa că s-a impus imediat o nouă soluție, mai sigură decât interfonul cu cod numeric - interfonul cu cartelă cu cod de bare.

Ne-am dat seama că există un potențial uriaș, piața era goală, în țară erau foarte multe blocuri, eram în plin blue ocean cu interfoanele produse de noi!

Două brevete de invenție și 10 certificate

Așadar, în anul 1997, când ELECTRA avea deja jumătate din piața românească, se obțin în cele din urmă și două brevete de invenție pentru interfonul de acces cu cartela optică și 10 certificate de model industrial înregistrate la OSIM București.

Mai apoi firma își achiziționează echipamente pentru producerea în regim propriu a circuitelor imprimate și ansamblarea de componente electronice și aventura Electra capătă o nouă dimensiune, cu exporturi de circuite imprimate în UE și cu intrarea pe piața interfoanelor în țări de pe continentul european.

Ritmul de dezvoltare a firmei devenise deja amețitor - în 2004 se montau



ULTIMA TEHNOLOGIE - videofoane cu IP

Marian Berdan:

„Lucrăm cu o firmă din Chișinău, pentru o clasă de interfoane cu IP, în care să primești apelul pe telefonul mobil. Nu vinzi multe din astea dar este ca un certificat de excelență în inovare, e bine să îl ai în portofoliu. Cineva apelează interfonul de la intrare și semnalul ajunge la telefonul mobil după ce trece printr-un router plasat în casă și apoi printr-un server al firmei. De pe telefonul mobil poți da acces la orice dorești - poarta la intrare, poarta garajului etc.

lunar interfoane la peste 24.000 de apartamente din întreaga țară.

„Am ținut prețul jos, inginerește, eu nu am fost negustor și nici acum nu sunt, așa că interfoanele aveau prețuri foarte accesibile. Nu m-am aruncat la profituri mari. Eram singur pe piață, puteam ridica prețul și cu 50%, dar nu am făcut-o, doream cotă mare de piață”, afirmă Marian Berdan.

În 1998-2000, au apărut în Iași încă 3 firme care copiau tipul de interfon brevetat de Electra și îl scoteau pe piață

Chinezii sunt fost refuzați pe piața europeană deoarece semnalul trecea mai întâi prin serverele din China, pe urmă ajunge în casă celui apelat, fiind astfel o nouă sursă de megadate culese fără știrea și acceptul proprietarilor.

Varianta ELECTRA este mult mai sigură - semnalul de la interfon ajunge analogic la terminalul din casă (care are această facilități de IP), apoi la router și abia de acolo la serverul nostru plasat în Austria, deci sub legislația Uniunii Europene.”

- au fost acționați în judecată, firmele au fost închise și produsele confiscate.

O nouă piață - cea de videofoane

În 2005, firma își schimbă strategia și decide să lanseze și videointerfoane. Așadar, clientul putea opta pentru interfoane audio simple sau pentru cele cu display video, dacă plătea un preț dublu față de primele.

Până în 2005, materia primă era luată exclusiv din România, produsă în România.

Unde exportă

Piața de export a ELECTRA conține în principal Maroc, Tunisia, apoi un volum consistent pe piața germană, unde are contract cu lanțul de magazine Conrad, în Austria, țările baltice, Marea Britanie, Grecia - unde se luptă „corp la corp” cu o firmă spaniolă care în trecut a vrut să îi cumpere - și Italia.

„Găseam de toate pe piața internă, circuite integrate, rezistențe, condensatori, încă mai era IPRS Băneasa, mai era Microelectronica București, pe care a luat-o apoi Haissam și a distrus-o, apoi Electroargeș, care producea elemente pasive. Au picat toate deodată.”

Piața interfoanelor este în plină evoluție, sistemele de control al accesului cu imagine, videointerfoanele, sunt noile vedete în piață și ELECTRA produce primul său device de acest tip din linia numită „Touch Line”, în 2014.

Se deschide biroul de la Viena

Din 2015, Electra iese mai hotărâtă pe piața externă europeană, în principal cu videointerfoane, cerute în mod exclusiv la acel moment, iar în anul următor își deschide și branch-ul din

AVANTAJELE - designul, imaginea video, flexibilitatea, totul on-shore și prețul

Marian Berdan:

- *Marele nostru avantaj este design-ul, foarte elegant.*
- *Avem cea mai bună imagine video transmisă prin sistem analogic dintre toate firmele de la nivel european. Prin sistemul analogic, sistemul video poate fi transmis și pe distanțe de până la 2 kilometri.*
- *Prețul este competitiv.*
- *Suntem inovativi, venim mereu cu totul de noutăți. Suntem dispuși să preluăm orice observație a clientului, orice cerere de*

imbunătățire sau completare a gamei de aplicabilități, asta datorită faptului că avem permanent în cadrul firmei un compartiment de cercetare, cu care cheltuim cam 450.000 de euro pe an.

- *Față de concurenții europeni, avem și avantajul tehnologic de a produce totul în România, controlând întregul proces, aplicând rapid inovațiile, pe când ei au externalizat cam 80% din producție în China. Pe vremea pandemiei, noi aveam singurele produse la acel moment de pe rafturile magazinelor Conrad din Germania.*

Viena, mai mult decât un birou, mai mult o firmă austriacă, cu prezență și în Camera de Comerț a Austriei.

„Fără sucursala din Viena, nu puteam intra pe piața vestică - fiindcă aproape nimeni nu va cumpăra un produs finit, ambalat, produs în România de o firmă românească. La începuturi, scria pe eticheta noastră Produs de Electra SRL pentru Electra GmbH, pentru a depăși bariera amintită mai devreme.”

Puține produse sunt fabricate exclusiv în România, firma Electra este una dintre ele - singurele subansamble cumpărate din exteriorul României sunt camerele

de luat vederi, display-urile și difuzoarele.

„Noi putem dovedi cu documente clare că produsele noastre sunt de origine EU”.

O fabrică nouă

2019 reprezintă un an important în evoluția companiei, fiind marcat de finalizarea noii fabrici, care va fi cunoscută drept **Centrul de Industrie Electronică al Grupului de Firme ELECTRA.**

Proiectarea noii clădiri a fost realizată de către Alexandra Berdan, fiica lui Marian Berdan, prin firma sa de arhitectură.

Povestea ELECTRA, pe larg, și sfaturi antreprenoriale de la unul dintre cei mai experimentați întreprinzători din România - în materialul pe larg din: www.moldovaeconomica.eu

Interviul detaliat cu Marian Berdan, despre povestea ELECTRA, în video-ul alăturat.

Scanează codul și urmărește instant:



Ecosistemul nostru

 **PIN**magazine.ro

 **PIN AWARDS**



**ȘCOALA
INFORMALĂ
DE IT®**

 **PIN MAPS**



PIN



**People of
Design**

 **PIN FORUM**



FABLABIAȘI



**People of
Tech**

 **PIN TALKS**



**CIVIC
HEROES
community**

CL FAB tech
UB LAB business
IAȘI community



ALTEX

De la televizoare second-hand la un monstru cu vânzări de peste 1,5 miliarde de euro

O afacere începută cu gajarea unui apartament

Afacerea **ALTEX** începe în 1992 la Piatra-Neamț cu vânzare de televizoare color la mâna a doua, aduse din străinătate, de către **Dan Ostahie**.

Cu o sumă de 10.000 de dolari investiți, proveniți dintr-un credit luat din bancă cu garanție casa părinților, și o legătură profitabilă în Elveția la o firmă de buy-back de televizoare color, a dat lovitură produsul era la mare căutare pe piața românească, mai ales cele second-hand, pentru că televizoarele noi erau un lux pentru românii de la acea vreme.

Televizoarele erau colectate în rețele specializate, aduceau televizorul vechi și primeai un bonus la achiziția unuia nou.

La început le vindea prin consignații, apoi și-a deschis magazin propriu și importa un tir de televizoare pe lună, le repara și le scotea la raft.

- 125 de magazine și vânzări online
- o afacere care era să dea de două ori faliment
- e în lucru dezvoltarea unui marketplace de mari dimensiuni

Cele din Elveția erau cel mai puțin uzate - cele din Belgia erau cele mai utilizate, dar mai puțin decât cele din Germania, spune Ostahie.

Rețeaua se dezvoltă, dar urmează un moment dur, anul 1996, cu inflație de 140%, când ALTEX se clatină serios - ca să se salveze, vinde tot din magazine, chiar și în pagubă, pentru a salva creditele și pentru a mai genera capital de lucru. Din cele 60 de magazine, rămâne numai cu 30.

De la Altex la Grupul Altex

După extinderea regională, în Moldova, rețeaua ALTEX capătă anvergură națională - magazine de re-

tail de suprafață medie cu produse electronice și electrocasnice importate, la afacerea adăugându-se și activități de wholesale, transporturi și service.

Compania prosperă și în anul 2000 se transformă în Grupul ALTEX, din care făceau parte mai multe companii: rețeaua de magazine ALTEX, o firmă de distribuție en-gros și o firmă de logistică și transporturi.

Anul următor, după ce trece prin câteva șocuri majore date de contextul economic, grupul reușește mai deschidă încă 22 de magazine și să atingă borna de 20 de milioane de dolari ca cifră de afaceri.

În 2003, grupul ALTEX devine deja campionul național în retail, cea mai mare firmă din domeniu, cu cea mai mare rețea de magazine dezvoltată la nivel național și cu o cifră de afaceri de 136 mil de euro.

Anul următor se lansează un nou brand și o nouă rețea de magazine de mare suprafață, cu o ofertă mult mai diversificată - **Media Galaxy**.

O criză care era să pună compania la pământ

Anul 2007 este un an de consolidare, sunt deja peste 120 de magazine ALTEX și vreo 20 magazine MEDIA GALAXY, grupul este acum lider național de necontestat pe piața de electronice, electrocasnice, IT&C și multimedia din România, cu o cifră de afaceri impresionantă, de peste 320 milioane de euro anual. În 2009 urmează dezastrul - criza economică începută cu un an în urmă era cât pe ce să pună compania în genunchi. Vânzările au scăzut la jumătate și presiunea creditelor financiare a crescut - se zvonea atunci în piață că **Dan Ostahie** este aproape de faliment și vrea să iasă din business, cedând controlul grupului unui investitor.

A urmat un efort de optimizare a costurilor, s-au închis magazine și s-a renunțat la multe spații de birouri, afacerea ALTEX era într-o etapă de restrângere pentru supraviețuire - imperiul de retail se redusese la numai 46 de magazine **ALTEX** și 15 **Media Galaxy**.

Cifra de afaceri scăzuse, la sfârșitul anului 2010, la numai 137 mil de euro.

Un nou galop financiar - triplarea veniturilor în numai 5 ani

Dar furtuna a trecut, **ALTEX** a reînceput să deschidă magazine, a inaugurat și primul magazin HP din România, în urma deschiderii unei colaborări cu gigantul american, și orizontul se luminează încetul cu încetul - **ALTEX**



încheie 2012 cu o cifră de afaceri de 254 de milioane de euro și un profit net în jurul a 3 milioane de euro. De asemenea, grupul își continua strategia de retailer multichannel, ajungând la o creștere a vânzărilor online de 40% comparativ cu 2011 și, în plus, deschide 6 magazine noi - o unitate Media Galaxy și 5 unitati Altex.

Galopul financiar continuă, în 2015 înregistrează o cifră de afaceri cu peste 30% mai mare față de anul anterior și trece de 433 de milioane de euro, cu un profit net de aproape 4 milioane de euro.

În 2018, ALTEX are mai mult de 4.000 de salariați, fiind unul dintre cei mai mari angajatori din sectorul privat din țară, iar cifra de afaceri este uluitoare - peste 750 de milioane de euro.

Ce faci când inflația e mare? Au micșorat profitul pentru a nu pune în pericol vânzările

Ritmul de creștere anual al firmei este cu două cifre procentuale timp de patru ani consecutivi, raportările financiare ale anului 2022 arătând o cifră de afaceri de 1,3 miliarde de euro, cu un profit net de peste 20 de milioane de euro. „Anul 2022 a fost unul dificil pentru toate sectoarele economiei. În contextul inflației și al creșterii costurilor în general, decizia strategică a companiei a fost de a reduce profitabilitatea și de a absorbi parțial creșterile de preț de la furnizori. Această abordare ne-a permis să transferăm cu întârziere ajustările de preț în

pieță, în avantajul clienților și să minimizăm scăderea investițiilor noastre”, a declarat Dan Ostahie, fondator și CEO al ALTEX România.

Pentru a-și menține creșterea, planurile companiei au inclus extinderea rețelei de magazine ALTEX și Media Galaxy, mai multe proiecte de digitalizare și automatizare a proceselor, precum și dezvoltarea de noi categorii de produse complementare electro-IT. Bugetul de investiții alocat pentru anul 2023 a fost de peste 17,5 milioane de euro. ●

Cum se va dezvolta pe mai departe

Dezvoltarea viitoare a ALTEX este pe două direcții:

- Trecerea de la o etapă tradițională - cu 130 de magazine „în fizic” - la o creștere exponențială în online. Se va dezvolta în continuare altex.ro, unde se va diversifica paleta de produse, adăugându-se produse de bricolaj, casă și grădină, jucării pentru copii, cosmetice, băuturi, auto, sport și multe altele. Dar intenția majoră este de a dezvolta altex.ro într-un marketplace de mari dimensiuni, un loc unde să poată vinde și alți comercianți, o alternativă pentru marii jucători din piață.
- pe lângă categoriile tradiționale, se vor adăuga categorii noi - produsele de energie verde, panouri fotovoltaice pentru acasă, care intră în sortimentul ALTEX.



Ciprian Covalciuc

AVINCI

„Metaliștii“ care pun imposibilul la respect

- firma de montaje de structuri metalice cu cea mai mare cotă de piață din România
- lucrări duse la capăt în termene aproape imposibile
- constructori la podul de la Brăila, Palas Mall, Openville Timișoara, aeroportul Iași sau aeroportul Craiova



Domițian Covalciuc

La momentul de față, AVINCI asigură întreg fluxul – de la ofertare, contractare, la aprovizionare, fabricație, execuție, montaj și managementul de proiect al întregii lucrări

Domițian Covalciuc,
Director Executiv AVINCI

10,000 de tone de structuri metalice montate pe an

AVINCI este o firmă cu sediul social în Iași, înființată în anul 2000 și specializată în proiectarea, construcția și montarea de structuri metalice sau prefabricate din beton, placări metalice și închideri metalice. La acest moment este cea mai mare firmă de profil din România, cu o cotă de piață de peste 30% în domeniul montajului de structuri metalice și cu peste 120 de angajați. Compania este deținută de frații Ciprian și Domițian Covalciuc, ultimul alăturându-se firmei în

anul 2006, după o carieră de peste zece ani în compania multinațională LINDAB, unde deținuse poziția de director de divizie industrială la nivel național, la care se adăuga și Bulgaria. Firma a avut o dezvoltare susținută, în 2008 având deja peste 100 de clădiri industriale pe structură metalică duse la bun sfârșit. De-a lungul evoluției și-a schimbat numele de mai multe ori – a fost numită inițial Amur, apoi AG Steel Building & Cladding iar din 2014 are numele actual: AVINCI.

La momentul de față, AVINCI asigură întreg fluxul – de la ofertare, contractare, la

aprovizionare, fabricație, execuție, montaj și managementul de proiect al întregii lucrări și au peste 60 de parteneri la nivel național ce au activitate de fabricație structuri metalice.

Anual, „metaliștii” de la firma AVINCI, cum îi place lui Domițian să se autodefinească, montează peste 10.000 de tone de structuri metalice, în jur de 800 de tone pe lună cu echipa proprie.

„Asta presupune, începând de la structuri simple, cum este casa mea, pe care o montez într-o săptămână, până la clădiri foarte mari, cum e podul de la Brăila, unde un tablier la calea de rulare a podului, cu dimensiuni de 25x20 de metri, are 250 de tone”, precizează Domițian Covalciuc.

Ce se întâmplă mai departe?

De doi ani de zile, AVINCI s-au extins pe piața europeană, având acum câte două lucrări și birouri Elveția și Germania.

Firmele Webuild și IHI, care i-au ales ca subcontractor pentru podul de la Brăila, au decis să-i solicite pentru o lucrare similară din Norvegia.

„Provocările în Europa sunt mari - am găsit peste tot echipe foarte bune venite din Est, companii foarte bune. Și nu din România - ci din Albania, din Polonia, din Croația, din Slovenia. Deci echipe de «metaliști» foarte bune”, subliniază Domițian Covalciuc, directorul executiv și unul dintre cei doi proprietari ai firmei.

În prezent, firma AVINCI este implicată în lucrări pentru finalizarea noului terminal al Aeroportului Internațional Craiova și în construcția noii fabrici din Miroslava, Iași, a celor de la Misavan și Quimicas Quimxel SL (Spania). ●



PODUL DE LA BRĂILA - Ce nu s-a văzut

O lucrare de mare anvergură, locul trei în Europa ca deschidere suspendată, podul de la Brăila a beneficiat și de experiența firmei AVINCI.

Calea de rulare, pe o lungime de 1974 de metri, scările interioare din cele patru stâlpi-turn de 260 de metri înălțime ale podului de care sunt prinse cablurile și podul tehnic de depozitare (podul de sub pod) au fost realizate de echipele AVINCI, ca subcontractori ai italienilor de la Webuild și ai japonezilor de la IHI. Turnurile aveau interiorul de numai 3x3 metri, ceea ce a dus la soluția de a lucra fără macarale, cu alpiști și au construit scările pornind de sus în jos.

„Nu era semnal de telefon în turn, nu erau spații de depozitare, lucrai aducând cu sripeți materialele de la baza turnului - în plus ni s-a dat un termen de numai 2 luni pentru a le finaliza”, își amintește Domițian Covalciuc.

Pentru a se putea încadra în termen, s-a lucrat simultan cu patru echipe, câte una pentru fiecare turn.

Lucrarea la calea de rulare a podului, structura pe care se circulă, a presupus așezarea în poziție pentru sudură a 95 de tablieri, cât doi tablieri în fiecare zi, elemente de construcție care au dimensiuni de 25x20 metri și câte 250 de tone fiecare. Tablierii se ridicau la mijloc, pentru a fi fixați pe cablurile de susținere, de

pe vapoare ancorate sub pod, pe Dunăre.

Lucrarea a început de la mijlocului podului și s-a mers spre capete, pentru a evita eventualele erori de întâlnire dacă s-ar fi pornit dinspre capete spre mijloc. Totul pe timpul nopții, pentru a se evita erorile de dilatare din pricina căldurii de peste zi.

Domițian Covalciuc: **„Interesant a fost că, având experiența unor lucrări din Turcia, noi montam un tablier în numai 2 ore și nu în 4 ore, cum era norma. Și totul a fost perfect, cu toate normativele îndeplinite și verificările făcute de japonezi. Așa că în loc de 45 de zile, am terminat în 42.”**

Mai apoi au executat și podul de sub pod - un pod tehnic de depozitare, pentru sistemul de răcire și de ventilație și sistemele de control, o zonă de trecere pentru execuția activităților de supraveghere și verificare.

La acest moment, AVINCI încă lucrează la podul de la Brăila, având în derulare trei lucrări care se vor finaliza în luna iulie a acestui an.

Vezi povestea construirii podului, în detaliu, într-un interviu cu Domițian Covalciuc. Scanează codul!





CUPOLA PALAS MALL - Dedesubturile unei lucrări de excepție

În 2012, AVINCI construiește cea mai mare deschidere la o cupolă sferică pe structură metalică din țară - la Palas Mall Iași. Această lucrare a venit după o alta executată pentru Build Corp - firma de construcții a lui Iulian Dascălu, proprietarul Iulius Group - și anume Iulius Mall Suceava, unde au avut ocazia să lucreze acoperiș și pereți din structuri metalice pe o suprafață de peste 17,000 de metri pătrați.

Cu această experiență adăugată la portofoliu, au demarat lucrarea la cupola de la **Atrium** și întreg acoperișul, cu o condiție extrem de dură - să fie încheiată în maximum 30 de zile. Lucrarea de la **Palas Mall** a conținut și pasarea curbată dintre mall și food court.

Pentru cupolă s-a ales o soluție de rezistență reticulară, spațială, mai ușoară și mai ușor de realizat decât soluția inițială a proiectului. O provocare majoră suplimentară a fost și construirea concomitentă a cupolei și acoperișului, cu toate straturile de izolare necesare. La care s-a adăugat un element de dificultate suplimentar - macarua interioară a fost dezmembrată și eliminată, așa că lucrarea la cupolă și acoperiș a continuat

„la mână”, materialele fiind ridicate sus manual, cu scripeți de ridicare. Structura metalică de la Atrium este impresionantă - are 500 de tone greutate iar suprafața acoperișului este de peste 10,000 mp. La aceste elemente deja ieșite din comun, se adaugă soluția de protecție împotriva vânturilor foarte puternice sau cutremurelor - cupola a fost construită pentru a putea avea o mișcare orizontală - stâlpii din beton sunt fiși dar prinderile cupolei de acești stâlpi sunt reticulare, permit o deplasare orizontală a cupolei de maxim 30 de centimetri.

„Și mai interesant - a fost implementată o soluție tehnică specifică pentru a fi anulat reverbul din interiorul Atriumului, dat de vocile oamenilor sau alte zgomote. Fără această soluție, ecoul vocilor sau al altor zgomote din Atrium ar fi fost multiplicat prin efectul de ecou, generând un vacarm de nesuportat”, ne spune Domițian Covalciuc.

Odată finalizată cu succes și în termenul contractat această lucrare dificilă, firma AVINCI a primit o nouă misiune de la Iulius Group - construirea structurilor metalice și pereților de la complexul de regenerare urbană Openville Timișoara.



Cifrele firmei

- 2020 - venituri de 4 milioane de euro
- 2021 - venituri de 6 milioane de euro
- 2022 - venituri de 8 milioane de euro
- 2023 - 13,2 mil. euro, 60% provenite numai din montaj - profit 500.000 euro, cu o creștere a acestor indicatori de 67,5%, respectiv 116,6% în 2023.
- Cifra de afaceri și personalul s-au triplat în 3 ani.
- Dacă în 2020 aveau 40 de angajați, în 2023 firma a atins cifra de 120 de angajați.
- Au angajat și ingineri și sudori sri-lankezi. Pentru doi dintre ei, cu care lucrează de peste 5 ani, firma se zbate pentru a le obține rezidența, pentru a-și putea aduce și familiile.

Lucrări parțiale sau totale mai deosebite

Iulius Mall Suceava, Palas Mall Iași, Parc logistic Solo Iași (Oresta), Openville Timișoara, Fabrica de biciclete Timișoara, Sala Polivalentă Oradea, Sala Polivalentă Tulcea, Ana Tower București.

În materialul integral, pe www.moldovaeconomica.eu, puteți afla detalii despre lucrările deosebite făcute de Avinci la aeroporturile din Iași și Craiova



Ruxandra Melcovich

MERLINS BEVERAGES

Un „vrăjitor“ român de ape cu vitamine controlează 85% din piață

- firma a fost înființată de trei tineri din Piatra Neamț - pe ideea că un produs căutat în străinătate nu se afla încă pe piața românească
- de la venituri de 5.000 euro la 19 milioane de euro în numai 9 ani
- s-au extins în Bulgaria, Polonia și Cehia și acum testează piața din Dubai

Cum a început magia lui Merlin

O variantă de a sesiza oportunități de business este să analizezi piața românească și să observi care anume dintre produsele și serviciile populare în țările dezvoltate nu au ajuns încă aici.

Așa a apărut ideea Ruxandrei și a lui Alex Melcovich, acum soț și soție, de a produce ape îmbunătățite cu vitamine și astfel s-a născut **Merlins Beverages**, după numele celebrului vrăjitor Merlin.

Ruxandra a absolvit Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor la București, după care a terminat un doctorat în istorie, iar Alexandru a absolvit Facultatea de Design Industrial la Iași, și este autorul etichetelor extrem de reușite ale producătorului.

Prima unitate de producție a fost în comuna Ștefan cel Mare, lângă Piatra Neamț, pornită cu bani proprii apoi finanțată prin fonduri europene, prin contract semnat în 2011. Timp de 3 ani au pus la punct producția și rețetele în prima fabrică de dimensiuni mici.

Pentru echipamente au lucrat cu o firmă din Italia, pentru a dezvolta partea de tehnologie s-au documentat intens din toate sursele disponibile în acel moment, iar pentru rețetele și ingrediente producătorul a lucrat cu una dintre cele mai importante firme la nivel internațional.

Vitaminele și mineralele folosite în rețete sunt aceleași pe care le găsiți în farmacii, iar aromele, extrasele, sucurile și îndulcitorii (stevia) sunt achiziționate de la furnizori externi.

Primii clienți au fost tinerii de la un festival de muzică

Primii clienți au fost **participanții la Cozla Music Fest, în 2015**, organizat în Piatra Neamț, unde produsele au fost promovate prin prezenta și vânzarea la barurile de la eveniment.

Produsele au fost primite foarte bine de tinerii de la festival, și așa a început aventura - distribuție în magazinele de tip **traditional trade** din Piatra Neamț, apoi București și Iași urmând o expunere națională în canalele Gas Stations&Con-

venience, apoi supermarketuri și hypermarketuri.

În iulie 2015, apăreau pe piață primele produse sub brandul **vitamin aqua**. Oferta era compusă din cinci sortimente - **magneziu, complex de vitamine B, calciu, vitamina C și zinc**.

Veniturile anuale au creșteri amețitoare

Veniturile au urcat pe măsura evoluției și a extinderii - de la câteva zeci de mii de euro realizați pe finalul anului 2015 când s-au făcut pași în contractarea primilor parteneri, la aproape 500.000 de euro în cel de-al doilea an, și tot așa.

Au patentat rețetele de ape îmbunătățite cu firme externe ce furnizează ingrediente alimentare - sunt 4-5 jucători mari la nivel global. Merlins a lucrat cu toți acești mari producători, stabilind împreună cu experții lor calitățile viitoarelor produse.

„Sunt dezvoltate împreună cu experți în industria alimentară, conform

legislației naționale și a celei la nivel european, care specifică cantități minime, maxime pentru fiecare substanță, specifică ce mențiuni de sănătate poți face pentru fiecare vitamină/minerală și stipulează ceea ce poate fi inclus pe etichetele de produs. Mai departe se fac analize atât pe fiecare lot de produs, dar se și trimit mostre din fiecare producție la laboratoare externe”, ne spun producătorii.

Au ales sticle de 600 ml și nu pe cele clasice, de 500 ml, implementând un format american, complet nou pe piața din România în acel moment.

O nouă fabrică - noi extinderi în piață

Extinderea a continuat și acum doi ani au cumpărat un teren de 2 hectare în Piatra Neamț și au deschis o nouă fabrică, de peste 5500 mp, cu o investiție totală de aproximativ 14 milioane EUR.

Fabrica este dotată cu două linii de producție ultramoderne: o linie de îmbuteliere aseptice pentru băuturi plate (necarbogazoase) și o linie de îmbuteliere ultraclean pentru băuturi carboga-

APE CU VITAMINE - 85 % DIN PIAȚĂ

Pe segmentul de ape cu vitamine din România, Merlins Beverages este singurul producător român, firma din Piatra Neamț deținând peste 85% din cota de piață, restul sunt importuri.

FLAVOURED WATERS - 55 % DIN PIAȚĂ

Pe categoria mai mare de flavoured waters - ape aromatizate - compania deține peste 55% din piață, iar pe categoria cola - cu brandul Pop Cola - sunt pe locul trei, după cei doi mari jucători mondiali.

LEMONADE - 70% DIN PIAȚĂ

Brandul etalon este vitamin aqua, apoi brandul LEMONADE, lider de categorie pe piața limonadelor, cu peste 70% cotă de piață valorica pe canalul convenience.



În industria de răcoritoare există ingrediente low, medium și top. Merlins lucrează numai cu ingrediente premium. De exemplu, Pop Cola ZERO conține stevia în loc de îndulcitori artificiali precum acesulfam K și dăunătorul aspartam.



zoase. Echipamentele au fost achiziționate de la lideri mondiali în producția de utilaje pentru îmbutelierea de băuturi răcoritoare (KHS și Krones).

Au lansat și un proiect de sustenabilitate - MONTANA, prima apă sustenabilă din România, îmbuteliată în ambalaj tetra top, obținut în proporție de 91% din materiale pe bază de plante.

Cam 5% din cifra de afaceri a Merlins Beverages provine de pe piața externă, cel mai important teritoriu extern fiind până acum Bulgaria, acesta fiind primul și cel mai vechi parteneriat extern. Recent au demarat exportul și în teritoriile din afara UE printre care Emiratele Arabe Unite.

„Acum avem clienți relevanți în Polonia și Cehia, - acești clienți sunt rețele de magazine care au locații în toată țara. Ne concentrăm destul de mult pe export, încercând să devenim un jucător cât mai relevant în regiune și la nivel european.”

Dacă în 2016, compania avea o cifră de afaceri de 500,000 de euro, 2023 s-a închis cu peste 19 milioane de euro, Merlins Beverages devenind o companie foarte relevantă pentru regiunea Moldovei și un jucător important în piața de băuturi răcoritoare. ●

2022

Cifra de afaceri 2022: 78.083.443 LEI - aprox. 15,6 mil. EUR

Profit net: 13.287.158 LEI - aprox. 2,64 mil. EUR

Angajați: 78

2023

Cifra de afaceri 2023: 95.247.464 RON - aprox. 19 mil. EUR

Angajați: 115

Produse

Pop Cola în 3 tipuri de litraje disponibile (330ml, 500ml, 1.5L)

- Botanical cu 4 sortimente (Botanical, ZERO, LEMON LIME, FREE)
- CLASSIC (cu gust clasic de cola)

Lemonade

- 5 sortimente la 600ml - Lămâie, Lime&Mentă, Lămâie&Ghimbir, Lime&Mere, Lime&Afine

- 3 sortimente la 1.2L - Lămâie, Lime&Mentă, Lămâie&Ghimbir

Vitamin aqua

- 5 sortimente clasice: B+, C+, Ca, Mg, Zn
- 4 sortimente fără zahăr și fără calorii: B+ zero, C+ zero, Ca zero, Mg zero

MONTANA apă de izvor

- la 500 ml îmbuteliată în ambalaj tetra top.





FORMENS

De neînchipuit - 150.000 de haine bărbătești făcute anual la comandă

- v-ați făcut vreodată un costum la comandă? Ați văzut ce complicat este - măsurători, probe, retușuri, iar probe, întâzieri la livrare.
- imaginați-vă o fabrică ce livrează anual, în 56 de țări din lume, peste 150.000 de haine bărbătești (costume, jachete, pantaloni, blugi, cămăși etc.) făcute la comandă, individuale, pentru 150.000 de inși diferiți.
- firma de textile numărul 1 din România, lider european în domeniul Made To Measure, 617 clienți în toată lumea

Produce de două ori mai mult decât firma de pe locul 2

FORMENS din Botoșani este o investiție franceză, cu peste 750 de angajați, ce funcționează în sistemul **Made To Measure** (făcut pe măsură), sau producții de loturi mici **Ready To Wear**, din anul 2010 și este lider european la distanță pe această nișă.

Produce de două ori mai mult decât firma aflată pe locul următor, dintr-un număr de 10 competitori la nivel european, din Polonia, Cehia, Portugalia, Anglia sau Italia.

Este firma de confecții textile numărul unu din România din 2016 și până acum, conform topurilor de profil.

Gerard Losson are 55 de ani și este inginer textilist francez, proprietarul acestei „ciudățenii” industriale, și a venit în România în 1997, împreună cu un alt coleg textilist, ca tehnicieni de calitate și

organizatori de producție pentru costume bărbătești - cel mai complicat produs de confecții - pentru firmele străine care importau de la producătorii români.

„Așa am ajuns în România, la Focșani, Botoșani și Dorohoi. Am decis să rămânem la Dorohoi, unde în 1998 am înființat prima firmă. Am cumpărat clădirea Filaturii de Bum-bac din Botoșani, în trei etape, între 1999-2010, de 13.000 de metri pătrați, și utilajele din Franța de la o firmă care a dat faliment. Am ales Botoșaniul pentru că era cunoscut atât pentru producția de material textil cât și pentru producția de confecții, le avea pe ambele.”

Cum poți avea haină pe comandă de la 5.000 de kilometri

Din 2000 a deschis fabrica de textile și de acum 13 ani a început această aventură a **tailoring**-ului personalizat,

care are acum **617 clienți în toată lumea**, în principal retailer - în principal magazine mici deținute de croitori din noua generație, dispuși la diversitate și personalizarea comenzilor.

Pe scurt - clientul intră la magazinul partener din țara lui, i se iau măsurile, care ajung în baza de date de la FORMENS, aici intră într-un circuit automatizat de selectare a materialelor, culorilor, elementelor de croit și i se pregătește comanda.

După un timp clientul primește costumul/sacoul / paltonul/ pantalonii sau blugii, îi probează și, dacă este nevoie, micile rețușuri i le execută retailerul la magazinul căruia a venit.

„Putem lua comandă și după o poză a clientului făcută cu telefonul. Ne trimite poza, câteva măsuri, și noi facem tiparul”, adaugă Gerard.

În sistemul Made To Measure, care presupune o diversitate foarte mare de opțiuni pentru clientul final, prețul de cost cu manopera este de 3 ori mai mare decât la producțiile de serie, iar cel mai complicat lucru și deloc ieftină este chiar livrarea - se face în volume foarte mici, uneori numai o singură comandă către destinatarul aflat în cealaltă parte a continentului sau chiar peste ocean.

Gerard LOSSON: **„Avem un sistem foarte bine pus la punct la nivel digital, fără de care ar fi imposibil să facem aceste cantități de 150.000 de produse unice anual. De la magazinul de la care ne vine comanda, până la sala de croit totul este full automatic. Procesul manual începe după sala de**

Scanează codul de alături - vezi instant video în care Gerard Losson prezintă în detaliu hainele pe care le produce



croit. Clientul are posibilitatea, când trimite comanda, să adauge un comentariu cu cerințe foarte personale, și atunci tratăm aceste comenzi mai speciale tot manual - altfel, totul este automat, folosind Microsoft Navision și tehnologia RFID (radio-frequency identification) pentru procesul de producție care presupune citirea unor coduri de bare fixate pe materialele folosite în realizarea produselor.“

700 de țesături diferite, unele foarte rare în lume

FORMENS folosește în jur de 700 de țesături diferite, multe dintre ele aflate tot timpul în stoc, de la cashmir la in, sau de la bumbac simplu la bumbacul Sea Island, cel mai rar din lume.

Clienții firmei pot verifica în timp real, pe internet, cu ajutorul unui QR code, dacă materialul dorit se află deja în stoc sau e nevoie de a fi comandat urgent - unele furnizate de firme de țesături de top, cum ar fi Loro Piana, Holland and Sherry, Dormeuil, Drago, Tallia di Delfino etc.

Aproximativ 75% din materia primă provine din Italia, 15% din Anglia, 5% din România, iar restul din Japonia și Coreea, materiale mai speciale la care asiaticii sunt experți.

FORMENS folosește o platformă de design, comenzile putând fi făcute de retailer direct de față cu clientul, iar softul de optimizare permite decuparea materialului în funcție de comandă cu cea mai mică pierdere posibilă. Multe dintre soluțiile IT folosite în procesul de producție ori în managementul operațional sunt produse de firme locale, din Botoșani.

„Tehnologia ne-a ajutat enorm. Între 2019-2024, volumul de muncă pentru un birou de proiectare și gestiune de comenzi a crescut de 3 ori în această



Tehnica Delfinului

Am învățat să reacționez din vreme la schimbări, indiferent de care sunt ele. Așa cum delfinul nu urcă pe vârful valului și apoi cade în gol, ci sparge valul la baza lui și merge liniar, așa și eu încerc să mă păstrez constant, indiferent de valurile mai mari sau mai mici care îmi ies în față. Încerc să fiu atent și să prevăd ce se va întâmpla.

Gerard Losson

Planul B

Care este planul B dacă, la un moment dat, având în vedere creșterea continuă a salariilor în România, firma nu mai este profitabilă?

Munca este mult prea fiscalizată în România, am discutat acest lucru și la nivel patronal și la nivelul Camerei de Comerț. Avem încă 750 de salariați în România și o firmă cu profit, performantă - suntem pregătiți pentru măririle de salariu pe care periodic le face Guvernul. Așa merge istoria și noi trebuie să fim pregătiți pentru asta.

Avem un plan B - de aceea am cumpărat anul acesta o fabrică în Maroc. Nu ne ducem în Republica Moldova, ci în Maroc.

perioadă, dar numărul de oameni este același, în jur de 30. Noile tehnologii au făcut totul mai eficient', ne spune Gerard Losson.

Fabrici în România, Ucraina și, recent, în Maroc

Facultatea de Textile din Iași, unică în țară, este furnizorul de experți pentru FORMENS, firma angajând recent încă 4 absolvenți ieșeni.

FORMENS mai operează o fabrică de profil în Ucraina, achiziționată în 2016, cu 600 de angajați, și anul acesta a mai cumpărat încă o fabrică în Maroc, și în afară de România mai are showrooms în Italia, Franța, Germania și la New-York. ●



Cum arată afacerea în cifre

Cifra de afaceri - 59 de milioane de euro la nivelul anului 2023 și un profit brut de 12%.

Din aceste venituri totale, în jur de 30 de milioane de euro provin exclusiv din **Made to Measure**, producția

personalizată la comandă, activitate ce asigură și aproximativ 80% din profitul firmei.

Restul este producția de **Ready to Wear** (sau **Pret-à-Porter**) pentru clienți premium și lux.

Câteva sfaturi

Care credeți că este calitatea care v-a făcut să aveți acum un business de succes?

Perseverența. Nu poți ajunge sus, la vârf, dacă nu ești perseverent, asta este foarte important.

Ce sfat ați da unui antreprenor aflat la început de drum?

Nu începe să faci trei-patru lucruri diferite, fă unul și bun, excelează în el. Dacă businessul tău iese din mulțime, se înscrie într-o nișă sau este de departe cel mai bun, atunci totul va fi mult mai ușor.

AMUZANT

Două lucruri:

1. Produsele au etichete personalizate, cu numele și prenumele clientului și țara de origine. Poți vedea exact la cine ajunge sacoul sau pantalonul de pe umerăș.
2. Se produc și blugi personalizați - aici numele viitorului purtător este inscripționat pe eticheta din interiorul batei pantalonului, asemănătoare celei pe care scrie la ce temperatură să speli produsul.

**GO BIG,
GO GLOBAL**



printco®

CINE SUNTEM

Printco este o tipografie fondată în 1997. Dacă am pune cap la cap toate colile tipărite de noi până acum, am putea înconjura Pamântul de 7 ori!

Însă, mai mult decât dotările tehnice de ultimă generație, utilajele care ne permit să lucrăm precis și să livrăm rapid orice comandă, Printco oferă peste 25 ani de expertiză, profesionalism și un dram de nebunie, care ne-a determinat să acceptăm toate provocările clienților noștri. Și să le ducem la bun sfârșit pe toate!

Credem că cele mai frumoase povești vizuale ies din tipar atunci când pasiunea întâlnește inovația, tehnologia și dorința de a ajuta clienții să-și crească afacerea.

Așa că te invităm să ne faci o vizită, ca să vorbim despre cum putem crea cea mai bună imagine pentru produsul sau serviciul tău ori pentru afacerea ta.

www.printco.ro
office@printco.ro
+40 728 906 556

**printco®**

IULIUS GROUP

Am ales să ne focalizăm exclusiv pe proiecte mixed-use de regenerare urbană

Interviu cu Raluca Munteanu,
Director de Dezvoltare IULIUS GROUP

- La Iași a fost integrată zona Palatului, la Timișoara s-a dezvoltat conexiunea cu centrul istoric iar la Cluj vor integra zona râului Someș
- Un lung șir de reușite unice - cea mai adâncă parcare, cea mai mare cupolă, parcuri peste parcări, clădiri Nearly Zero Energy



Primul proiect modern de regenerare urbană din țară a fost Palas Iași

REPORTER: Ce anume s-a schimbat de la momentul Iulius Mall și până azi la modalitatea în care Iulius abordează noile proiecte?

IULIUS a început să realizeze centre comerciale în perioada în care conceptul de mall era cvasi-cunoscut la noi în țară. În anul 2000, Iulius Mall Iași era al doilea mall din România. Apoi, a urmat dezvoltarea conceptului la Timișoara, Cluj-Napoca și Suceava. Acum, 24 de ani mai târziu, **construim pentru alte generații, pentru orașe mai conștiente de potențialul lor** și de cum își doresc să evolueze în viitor.

Deși am început ca dezvoltatori de centre comerciale, am realizat că un simplu mall nu mai este suficient. Piața a evoluat,

comportamentele de consum la fel, iar oamenii își doresc **locuri destinație, spații ale comunității**, care să fie relevante nu doar în prezent, ci și în viitor.

În acest context, și având o viziune pe termen lung, **am ales să ne focalizăm exclusiv pe proiecte mixed-use de regenerare urbană, care să genereze dezvoltare și să susțină orașele**, într-o manieră durabilă. Din acest motiv, am inaugurat primul proiect de acest tip în urmă cu aproape de 12 ani - ansamblul Palas.

Firește, în toți cei 24 de ani de când suntem în acest business, am făcut progrese și în ceea ce privește modalitatea în care abordăm și implementăm proiectele de regenerare urbană. **În sensul în care, acum, ne dorim, în primă fază, să înțelegem mai bine orașul și nevoile sale, mai profund și cu o mai accentuată atenție la detalii.**





Analizăm potențialul orașului, al sitului și cererea fermă din partea pieței, toate elementele care să permită și să susțină dezvoltarea unui proiect de amploare.

Suntem atenți la analize, informații, prognoze disponibile oficial, care ne ajută să avem o imagine de ansamblu a evoluției diverselor regiuni ale țării.

Lucrăm cu birouri de arhitectură de top, specialiști externi foarte buni și avem o echipă internă extinsă, o adevărată **universitate in house de specializări**, care ne permit abordarea integrată, din mai multe perspective, dar și adaptarea rapidă a conceptelor pe care dorim să le implementăm.

Ce este aparte la noi este faptul că tot ce construim este aplicat pe nevoile specifice ale orașului în care alegem să investim. Chiar dacă, în

esență, realizăm proiecte mixed-use, fiecare ține cont de specificul orașului respectiv și de nevoile pe care le identificăm.

- La Palas, care se află în zona istorică a orașului, este prezentă foarte puternic ideea de **grădină a Palatului, totul fiind gândit să celebreze integrarea cu Palatul Culturii**; din acest motiv, parcul este actorul principal al dezvoltării și totul este construit în jurul său.
- La Lulius Town Timișoara, **focusul a fost pe nevoia conexiunii cu centrul istoric al orașului și cu Grădina Botanică**, iar proiectul se dorește a fi o continuare firească a zonei Cetății și celei pietonale.
- La Cluj-Napoca, avem în dezvoltare un proiect mixt de reconversie urbană care pornește de la **integrarea cu râul Someș și cu parcurile adiacente.**

Un concept urbanistic și arhitectural inovator

Sustenabilitatea are un rol central în proiectele noastre, toate clădirile fiind certificate conform standardelor LEED sau EDGE.

În proiectele viitoare, vom realiza clădiri nZEB (Nearly Zero Energy Building) după un concept urbanistic și arhitectural inovator.

Focusul pentru sustenabilitate s-a concretizat și prin semnarea, în 2023, a parteneriatului cu IFC, membră a grupului Băncii Mondiale, pentru strategia de decarbonizare a portofoliului și atingerea țintei net-zero emisii.



Iulius Town Timișoara

Cea mai adâncă și mai mare parcare subterană din România e la PALAS

Dacă ne referim la chestiuni ingineresti, tot ansamblul Palas poate fi dat ca exemplu:

- este locul unde s-a realizat cea mai adâncă parcare subterană din România și, totodată, cea mai mare;
- cupola din Atriumul Palas Mall a necesitat, de asemenea, o soluție complexă.
- un alt exemplu de inovație îl reprezintă amenajarea de grădini urbane peste parcări subterane, care necesită lucrări de mare complexitate, astfel încât rezultatul final îl constituie parcuri cu vegetație matură și cu arbori de înălțimi mari, care par că au fost acolo dintotdeauna.
- la Timișoara, a fost realizat un pasaj subteran cu patru benzi, care a întregit un inel de circulație important pentru oraș;
- la Iași, a fost creată o nouă stradă care conectează strada Palat cu strada Sf. Andrei, în contextul mai amplu al investițiilor în infrastructură realizate odată cu Palas Campus.

Astfel de soluții avem prevăzute și pentru Cluj și, bineînțeles, pentru proiectul de la Constanța.

există? Există vreun plan pentru străinătate?

Planurile noastre de dezvoltare se focalizează pe două orașe mari din România: Cluj-Napoca și Constanța. Vrem să investim peste 1,3 miliarde de euro în două proiecte majore de reconversie urbană, pe modelul proiectelor mixte pe care compania le-a realizat - Palas Iași și Iulius Town Timișoara.

La Constanța, planurile sunt într-un stadiu incipient, însă la Cluj-Napoca suntem avansați, în sensul în care proiectul,

Trebuie să înțelegem mai întâi orașul, cum funcționează

REPORTER: Cum sunt alese noile proiecte, pe ce criterii?

Alegerea unui oraș pentru o investiție complexă, pe modelul Palas Iași sau Iulius Town Timișoara, necesită o cercetare detaliată. Înainte de a alege proiectul, alegem orașul și situl.

A înțelege un oraș, cum funcționează și cum se trăiește în el a devenit primul pas și cel mai important. Pentru asta ne folosim de analize de piață și studii importante, cum sunt cele realizate de Banca Mondială. În felul acesta putem înțelege nevoile locale și direcțiile strategice de dezvoltare.

Consultarea cu autoritățile este foarte importantă, pentru că ne dorim să completăm, acolo unde se poate, efortul administrației și să avem o propunere coerentă, aliniată strategiei și viziunii de dezvoltare a orașului respectiv.

Apoi, avem discuții cu **liderii de opinie locali, reprezentanți ai ONG-urilor și ai instituțiilor educaționale și culturale și consultăm comunitatea,** pentru că ne dorim să fie un proiect care să susțină strategia orașului și care să se bucure de acceptarea locuitorilor, destinarii direcți ai proiectului.

De exemplu, în cazul proiectului de regenerare urbană de la Cluj, aflat în fază finală de avizare, am purtat un dialog cu autoritățile și comunitatea, pentru a avea un proiect relevant pentru toată lumea.

Astfel, am derulat un **proces de consultare a publicului,** pe platforma www.partedincluj.ro, prin care am primit aproximativ 10.000 de mesaje și voturi privind funcțiunile care ar trebui să se regăsească în proiect și care au fost foarte utile, în sensul în care ne-au întărit viziunea pe care deja o aveam, dar ne-au ajutat și să îmbunătățim conceptul.

Bineînțeles, potențialul sitului este un aspect foarte important, acesta trebuie să aibă dimensiunea potrivită pentru tipul de proiecte ample pe care le dezvoltăm și să fie situat central și bine amplasat, astfel încât să putem să îl integrăm în oraș.

După cum am spus mai sus, nu luăm aceeași matrită de proiect dintr-un oraș și o aplicăm pe alt teren. Păstrăm doar ideea de mixed-use, de simbioză între mai multe funcțiuni în același loc.

1,3 miliarde de euro în Cluj și Constanța

REPORTER: Ce anume mai dezvoltă acum Iulius, ce planuri de dezvoltare

în valoare de peste jumătate de miliard de euro, parcurge ultimele etape de avizare și autorizare.

Cluj - 100,000 de plante pe 5 hectare

Acest proiect presupune o reconversie urbană a celor 14 hectare de teren care au aparținut fostei platforme industriale Carbochim (doar 30% din platformă era funcțională), fabrică relocată și re tehnologizată anul trecut, în urma unei investiții de 5 milioane de euro. Proiectul de la Cluj îmbină funcțiuni de retail, entertainment, rezidențial și office, însă focusul este pe parc, soluții de relaxare și cultură, fiind un proiect prietenos cu familiile.

Zone verzi pe 5 hectare, integrând malul Someșului, sală de spectacole, centru cultural pentru arte performative, noi formate de entertainment, premiere flagship din zona home&deco sau fashion prezente prima dată în Cluj, cafenele și restaurante concept, fresh market, grădiniță japoneză, locuri în care poți să stai cu cei mici și să petreci timp de calitate sunt o parte dintre noutăți.

În 2023, am adus la Cluj, pentru aclimatizare, cei peste 600 de arbori din viitoarele zone verzi ale proiectului. Cadrul natural va fi completat cu peste 100.000 de plante de diferite dimensiuni.

Proiectul presupune conservarea și aducerea în circuitul public a două

1270 de angajați, în două divizii - operare și dezvoltare

Grupul IULIUS are 1.270 de angajați și două divizii, una care operează proprietățile din portofoliu și una care dezvoltă noile proiecte.

În termeni de acționariat, partenerii îi avem pe cei de la Atterbury Europe, parteneriat prin care deținem în comun, în proporție de 50% fiecare, părțile sociale aferente rețelei Iulius Mall (Iași, Suceava și



Macheta viitoarei dezvoltări de la Cluj

clădiri cu valoare ambientală, de pe fosta platformă industrială, care vor fi convertite și redade comunității ca spații culturale și de coworking.

Pe lângă aceste funcțiuni, proiectul propune și soluții de sistematizare și restructurare a infrastructurii auto, velo și pietonale din zonă, prin crearea de pasaje pietonale peste Someș, a unui pod rutier, realizarea de noi sensuri giratorii, modernizări de străzi, amenajarea de piste de biciclete și alei pietonale.

Suntem cei care au introdus conceptul mixed-use în România

REPORTER: Care sunt chestiunile de noutate aduse de Iulius în tot ce a construit până acum în România (mă refer la proiectele de arhitectură, tehnologii de construcții etc) și cele de excelență?

Cluj-Napoca) și ale ansamblului mixed-use Iulius Town Timișoara. De asemenea, noul proiect de la Cluj-Napoca va fi realizat în parteneriat cu Atterbury Europe.

Totodată, cele două proiecte Family Market din Iași sunt operate printr-un parteneriat joint venture 50-50 cu un grup de investiții româno – american: W&E Assets.

Sunt mai multe aspecte pe care le-am implementat în industria de profil din România, însă de departe faptul că suntem cei care au introdus în România conceptul proiectelor de tip mixed-use, într-o perioadă în care mulți dezvoltatori realizau doar mall-uri (vorbim de anii 2007 – 2008), este ceea ce ne recomandă și pentru care suntem apreciați.

Palas este un proiect de referință și un bun studiu de caz de cum se poate face regenerare urbană în beneficiul comunității, generând dezvoltarea unui întreg oraș.

Preocuparea pentru spațiile verzi este un aspect care ne diferențiază pe piață, putem spune că suntem singulari prin aceea că am amenajat, de la zero, grădini urbane pe suprafețe generoase, în proiectele noastre.

Am fost primii care și-au asumat un astfel de element diferențiator, deși a fost complicat să le explicăm finanțatorilor că trebuie să investim zeci de milioane de euro în copaci, flori, gazon – toate elementele care nu îți aduc un venit direct, dar cu atât de mult impact pentru oameni.

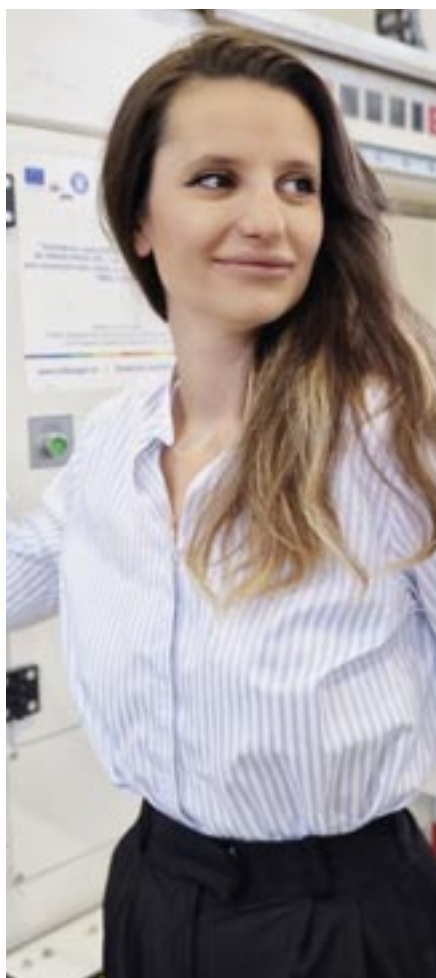
Vom continua să aducem natura lângă oameni. ●

Textul integral pe website-ul nostru: www.moldovaeconomica.eu



ERGIO

O afacere de familie cu export pe două continente



Georgiana Merlușcă, CEO ERGIO

- 280 de case exportate în fiecare an, pe comanda clientului
- clienți din Europa, SUA și Panama
- o casă din lemn bine tratat poate rezista sute de ani
- de ce preferă să aducă lemn din țările nordice
- o casă de 100 mp este ansamblată într-o săptămână

În România își face cu greu loc cultura caselor de lemn pentru locuire permanentă, dacă privim comparativ la alte țări - în SUA este aproape o regulă să ai casă din lemn, iar în multe țări vest-europene sunt foarte răspândite și trendul este în creștere.

Există un anumit tip de rețineră la noi din ideea că aceste case nu ar oferi con-

fortul termic dorit sau poate nu sunt prea rezistente - ambele concepții fiind totalmente greșite.

Lemnul poate fi incredibil de durabil atunci când este tratat și întreținut corespunzător. De exemplu, în țările nordice, multe case din lemn au rezistat timpului și condițiilor meteorologice extreme timp de secole.

De la o mașină de frezat la o fabrică robotizată

ERGIO este o firmă de pe Valea Trotușului, controlată de Georgel și Georgiana Merlușcă, tată și fiică, care construiește și exportă case de lemn - de la dimensiuni reduse la cele cu etaj și sute de metri pătrați, sau ridică întregi cartiere rezidențiale, construcții publice și comerciale, clădiri industriale etc.

Totul a pornit acum 31 de ani, cu un mic atelier cu o mașină de frezat, care producea căsuțe de grădină și căsuțe pentru copiii.

Peste ani, fabrica a continuat să se crească, a achiziționat mașini, CNC-uri și tehnologie robotică, extinzându-se de piața globală cu parteneriate în Europa, America și Panama.

Ca să ajungă aici, a accesat chiar de la început fondurile europene, de la fondurile de preaderare FARE, urmate de SAPARD și apoi POS CCE, derulând și în prezent un proiect de peste 500,000 de euro.

Lemnul din țările nordice este mai de calitate

Atât în România, cât și pe piața globală, ERGIO colaborează în proporție de 90% în formula business to business și are o prezență puternică, în

special în Europa, cu focus pe țări precum Franța, Spania, Marea Britanie, Olanda, Germania și Italia.

Aceste piețe europene sunt caracterizate de o cerere crescută pentru casele de lemn, datorită conștientizării sporite în privința aspectelor ecologice și a avantajelor pe termen lung ale acestui tip de construcție.

Toate produsele ERGIO sunt fabricate cu lemn adus atât din Norvegia și Suedia, în mare majoritate, dar și din România.

„Am optat pentru țările nordice datorită climatului mai constant în care lemnul crește, iar aceasta conferă lemnului o calitate superioară față de cel din România.

Un alt motiv pentru care am ales să importăm lemnul este vârsta de exploatare, în timp ce în România se taie între 100 și 120 de ani, în țările nordice până la vârsta de 80 de ani lemnul este tăiat, în 3 cicluri: unul până la 30 de ani când se scoate materialul necalitativ din pădure (bolnavi, curbați sau cu alte tipuri de probleme), următorul în jur de 30 atunci când se face o a doua răsire în urma căreia rămâne cel mai calitativ lemn în pădure, iar ultimul se face la 80 de ani.

Dezavantajele tăierii la 100 de ani sau peste această vârstă este calitatea redusă a lemnului îmbătrânit” - ne spune Georgel Merlușcă.



În anul 2023 și-a găsit locul în fabrica noastră un Hundegger Robot-Drive, care ne face mai performanți, mai preciși și mai flexibili.

Brațul robotului este echipat cu un schimbător de scule (16), care se deplasează în jurul piesei pentru a permite prelucrarea acesteia pe toate cele 6 părți, unghiuri și înclinații.

De asemenea, linia noastră automată pentru panouri de tip timber frame MobiOne permite execuția de proiecte complexe, cu panouri complet echipate din fabrică

Georgel Merlușcă,
fondator și CEO ERGIO



Se lucrează customizat, la dorințele clientului

Pe baza planurilor și desenelor primite de la partenerul extern cu care colaborează, inginerii proiectanți ai firmei realizează proiectele pentru o producție anuală de peste 280 de case customizate, cu 4500 de metri cubi de lemn încorporat.

„ERGIO reprezintă o companie tip B2B, ceea ce înseamnă că oferim constructorilor, dezvoltatorilor imobiliari, distribuitorilor de construcții din lemn, arhitecților etc., produse la standarde de calitate, conform normelor și caracteristicilor tehnice cerute de către fiecare colaborator, specifice pentru fiecare țară” - Georgel Merlușcă.

Toate elementele casei sunt produse în fabrică, mai apoi trimise la destinatar, unde sunt ansamblate.

Din momentul confirmării desenului de accept, produsele ERGIO ajung la destinație în maxim 60 de zile, iar timpul

de asamblare a construcției depinde de dimensiunea acesteia. Spre exemplu, o casă de 100 mp este asamblată într-o săptămână.

„Folosim un tratament pentru creșterea sustenabilității lemnului care intră în contact direct cu solul sau care se află în zone de umiditate excesivă.

Impregnarea lemnului în profunzime reprezintă cel mai important avantaj al structurilor tratate în autoclava noastră, astfel lemnul va fi protejat atât în exterior, cât și în interior, conducând la o creștere substanțială a duratei de viață a elementelor din lemn, cât și a rezistenței față de factorii externi și microorganismele”, ne spune Georgiana.

În ceea ce privește prețurile, având în vedere că toate proiectele sunt personalizate în funcție de cerințele fiecărui partener, ofertele de preț sunt adaptate și în funcție de coeficienții termici, materialele dorite, dimensiunile, suprafața clădirii etc. ●

Ce s-a schimbat în industria construcției clădirilor din lemn în ultimii ani?

Tehnologia modernă: Una dintre cele mai mari schimbări în industria de construcție a clădirilor din lemn a fost adoptarea tehnologiei moderne. Mașinile cu control numeric computerizat (CNC) au făcut posibilă tăierea, prelucrarea și asamblarea precisă a pieselor din lemn, crescând eficiența și precizia.

Dezvoltarea materialelor: Industria a văzut o diversificare a materialelor folosite în construcția din lemn. De la lemnul masiv tradițional la plăcile laminate încrucișate (CLT), lemnul înclieat lamelar (GLT), lemnul lamelar înclieat (LVL) și alte materiale inovatoare, acestea oferă opțiuni mai flexibile și mai durabile pentru proiecte de construcții.

Durabilitatea și rezistența

îmbunătățite: Tehnologiile și materialele noi au permis îmbunătățirea durabilității și rezistenței structurilor

din lemn. Tratamentele împotriva focului, precum și tehnologiile de protecție împotriva factorilor de mediu, au făcut lemnul o opțiune mai competitivă în comparație cu materialele tradiționale de construcție.

Sustenabilitatea: O schimbare semnificativă în industrie este accentul crescut pe sustenabilitate.

Construcțiile din lemn sunt considerate mai ecologice decât cele din alte materiale, deoarece lemnul este o resursă regenerabilă și are o amprentă de carbon mai mică.

Inovații în design și arhitectură:

Avansările în tehnologie au deschis noi posibilități în designul și arhitectura construcțiilor din lemn. Astfel industria s-a adaptat pentru a satisface cerințele și gusturile în continuă schimbare ale clienților.

Cifra de afaceri pe anul trecut:

28.284.989 ron

Marja de profit din exploatare -

10%

Număr angajați - 67

Suprafața fabricii - 20.000 mp

Localitatea în care

funcționează: Comănești, județul Bacău



Care sunt calitățile unei case construite din lemn?

- **Durabilitate:** O casă din lemn tratat corespunzător poate dura sute de ani.
- **Izolația termică și fonică** în construcțiile din lemn oferă beneficii precum confort termic și acustic îmbunătățit, economii la facturile de energie, reducerea zgomotului din interior și exteriorul casei.
- **Ecologie:** Locuind într-o casă din lemn, oamenii pot beneficia de un mediu interior mai sănătos, beneficiază de o calitate bună a aerului, care poate avea un impact pozitiv asupra sănătății lor fizice și mentale.
- **Rapiditatea construcției:** Construcțiile din lemn pot fi adesea realizate mai rapid decât cele din alte materiale, datorită prefabricării și montajului mai ușor al componentelor din lemn.
- **Estetică:** Lemnul conferă un aspect cald, natural și plăcut oricărei construcții. De la aspectul rustic al lemnului brut până la finisajele moderne și elegante, există o gamă largă de opțiuni estetice disponibile.

FEREASTRA 1

„După 20 de ani, avem o rețetă perfectă“

- „putem spune că avem soluții pentru absolut orice problemă legată de lucrările de tâmplărie termoizolantă“
- o firmă din Moldova are costuri duble cu transportul la export față de o firmă din Cluj
- Cum arată piața europeană - cine o domină

Este o companie specială, unică în țară - singura companie de profil care poate pune în practică orice lucrare de tâmplărie termoizolantă, cu soluții inovative care au uimit deseori beneficiarii. Ce o deosebește de competitori? O calitate la care s-a lucrat 20 de ani - flexibilitatea. Compania FER-EASTRA 1 a reușit, după 20 de ani de perfecționare, să afirme că are o soluție pentru orice problemă și o ofertă pentru orice buget.

Povestea - cum a început și de ce

„Prin anul 2000, taică-meu a contractat o firmă de tâmplărie pe lemn pentru noua noastră casă. Și așa am văzut că pentru cererile mai exclusiviste nu era ofertă, nu erau firme care să facă lucrări peste calitatea medie. Am luat decizia să intru pe această industrie în ideea de a crea o nișă cu soluții mai evolute tehnic și

mai aprofundate“, ne spune Bogdan Roman, proprietarul firmei.

La momentul când și-a deschis firma, **Bogdan Roman** avea 24 de ani, terminase Facultatea de Finanțe-Bănci, Contabilitate și Administrarea Afacerilor la Iași. A pornit-o cu un împrumut de 10.000 de euro de la părinți. A cumpărat utilaje de acești bani, serviciile de contabilitate, personal și de marketing le acoperea singur.

„Am plecat cu 2 oameni, în cinci luni aveam 10 oameni - firma s-a dezvoltat destul de accelerat. Eram foarte avid de cunoștințe și învățam cât puteam de repede orice ținea de acest business“, adaugă Bogdan.

În 2007 a avut loc un boom, și-a triplat cifra de afaceri, iar în 2008 a încercat să obțină fonduri europene dar a pierdut pentru că și-a scris întregul proiect singur. Atunci a realizat că există o limită a competențelor personale.



Bogdan Roman

Anul următor, a primit fonduri europene de 335.000 de euro, o sumă mare la acea vreme, cu care și-a re tehnologizat firma.

Bogdan Roman: *„Am avut atunci ideea de a echipa firma de la o furnizor de utilaje care lucra lângă principalul nostru furnizor de materii prime din Germania, Salamander. În acest fel, mașinile mi-au venit deja calibrate și reglate pe ceea ce aveam nevoie în fluxul de producție. Aceste utilaje au știut din fabrică ce fel de operațiuni trebuie să facă“*.

Produsele au ieșit net îmbunătățite, de o calitate constantă, automatizarea producției i-a triplat din nou cifra de afaceri într-un timp foarte scurt.

Acum abordează orice tip de provocare - cupole de sticlă („pentru aceste lucrări suntem sunați din toată țara“), ferestre cu arcade și rulouri încastrate, orice i s-a propus a transformat într-o lucrare



reușită. Lucrează și volum, și lucrări speciale, de top, și lucrări customizate, pentru diverși clienți.

Cum poți fi competitiv cu firmele din Ardeal, când tu faci o zi în plus pe drum

Marea problemă a firmei este legată de exporturi. Peste 35% din veniturile firmei provin din export, dar lipsa infrastructurii îi omoară costurile cu transportul.

O firmă din Moldova, cum e FEREASTRA 1 din Roman, are costuri duble cu transportul față de o firmă din Cluj, spre exemplu, pentru că se adaugă o zi în plus la livrarea mărfii dar și la importul materiilor prime din lipsa autostrăzilor, pentru că geamurile cele mai bune se fabrică în Ungaria.

Iar cum transportul reprezintă între 5-10% din costurile totale, o dublare a acestuia se simte dureros, în condițiile în care marja de profit este undeva la 5 %.

Ce se întâmplă în Europa

Polonezii domină piața de profil de Europa - fabrică aproximativ 50% din produsele de tâmplărie termoizolantă de pe continent.

Tâmplăria termoizolantă, identică cu cea făcută de FEREASTRA 1, costă în Italia, în Germania și în alte țări de trei ori mai mult. Românii o dau la export cu numai 10-15% mai mult față de prețul de producție.

Ei sunt dispuși să cumpere din România sau din Polonia, dar la prețuri la care să justifice efortul și neapărat să o treacă

printr-o firmă de-a lor. La care să rămână valoarea adăugată.

Italianii au un concept local numit „fines- tra italiana”, iar mărfurile venite din România, spre exemplu, sunt înscrise sub această „marcă”, ca și cum ar fi produse în Italia.

De aceea, firma lui Bogdan Roman își va deschide o filială în Italia, sub un brand nou numit FINESTRA 1.it, pentru a fi mai ușor asimilat de piața locală, și încă una în Germania.

E mai simplu să facturezi direct la sursă.

Cum e în Germania

„De exemplu, nouă ne este mult mai ușor să vindem în Germania, ferestrele trebuie să izoleze bine și atât. Nu e nevoie de niciun fel de artificiu, de accesorii mai deosebite. Trebuie să fie culoare albă sau antracit și profile de izolație cât mai bune” - Bogdan Roman.

Cum e în Franța

„În Franța, ducem tâmpăria noastră cu coeficienții cei mai slabi, adică coeficient cât mai mare pentru un schimb mai mare de căldură și prin urmare o izolație mai slabă, acolo este primită foarte bine, este premium, este la un nivel de top.”

Cum e în Italia

„În Italia, anul nou ne-a crescut foarte tare cifra pe geam termoizolant cu valve de presiune, adică pentru altitudine mai ridicată. Acele geamuri au o valva de presiune, în care se se reglează presiunea din geam în momentul creșterii altitudinii pentru a nu face implozie. La altitudine mai ridicată, de peste 1300 de metri, este necesară.

Dar, în general, italienii merg pe accesorii cât mai diversificate - altfel de mânere, altfel de sisteme de oprire, altfel de deschideri, altfel de închideri, altfel de praguri, tot felul de accesorii.”

Cum e în România

„Polonezii au un mare dezavantaj pe piața românească. Dacă își puneau mintea, ocupau România din punct de vedere al pieții, în câteva luni. Dar noi avem un mare avantaj, că beneficiarii din România sunt foarte exigenți. Vor să obțină cât mai mult în schimbul banilor plătiți.”

Ferestre pentru conace franțuzești

Proprietarul a două firme de logistică din Franța a luat avionul la Bacău, s-a urcat într-o mașină închiriată și a venit la Roman cu soția să-și aleagă de la noi ferestrele pentru un conac construit pe tipul Napoleon. Nu că era mai scump acolo, ci pur și

simplic nu găsea în zona lui ceea ce ofeream noi, un anumit coeficient de transfer de căldură. A fost așa de uimit și mulțumit de lucrare, că peste câțiva ani a luat ferestrele pentru un alt conac.

Bogdan Roman

Ce se întâmplă mai departe

Trei dezvoltări pentru viitor: tâmplăria de aluminiu / showroom-uri noi / oferirea de francize

1. ALUMINIU. Firma a câștigat un proiect pentru un centru automatizat pentru profile de aluminiu la care se vor adăuga și două utilaje specifice de mari dimensiuni.

„Intrarea pe piața aluminiului ne va permite să abordăm și piața centrelor comerciale și a clădirilor industriale.”

2. SHOWROOM-URI NOI - este foarte importantă interacțiunea clientului cu produsul, să-l încerce, să-l probeze. *„Vrem să investim în prezentare, astfel încât să ajutăm, să venim în suportul*

beneficiarilor care să-și poată alege singuri mai ușor soluțiile de care au cu adevărat nevoie. Pentru că plaja de soluții s-a mărit. Dacă beneficiarii nu aleg exact ușa de care au nevoie la terasă, sau ușa de intrare, sau soluția de închidere, de siguranță, de luminozitate, de confort termic, sau control solar, vor fi ulterior dezamăgiți de produs”.

3. FRANCIZE. O rețetă bazată pe produs de mare calitate și flexibilitate față de dorința beneficiarului *„Marele nostru avantaj - care ne face unici - este flexibilitatea. Avem o rețetă aproape perfectă, pe care noi o am îmbunătățit de 20 de ani. Mă refer și la produs, dar mă refer mai ales la personalizarea produsului în*

funcție de dorința beneficiarului, pentru că, cum spuneam, este complet inutil să vinzi un produs perfect din punct de vedere tehnic unui beneficiar care-și dorește cu totul altceva.

Puterea de cumpărare s-a redus din cauza creșterii costurilor de materie primă și inflației - încercăm, în funcție de orice cerere bazată pe orice buget, să oferim o soluție cât mai onestă și cât mai apropiată de ceea ce își dorește fiecare beneficiar.

Tot acest concept care s-a creat în 20 de ani - nu numai un produs aproape perfect, ci și o rețetă”; încheie **Bogdan Roman**, antreprenorul care a pus pe picioare afacerea **FEREASTRA1**. ●



62 de angajați și 5 milioane de euro

Compania este înființată în 2004, la Roman, și are ca obiect de activitate producerea de tâmplărie termoizolantă. Proprietar este Bogdan Roman, absolvent de Științe Economice și apoi Drept la Iași. FEREASTRA 1 are 62 de angajați și o cifră de afaceri de 5 milioane de euro pe anul 2023.

Showroom-uri proprii în Iași, Pașcani, Roman și Vaslui și zeci de redistribuitori în toată țara.

BIOCOMP

Un sistem unic la nivel mondial de decontaminare prin folosirea luminii ultraviolete

BIOCOMP este o companie din Iași, specialist mondial într-un domeniu foarte sensibil - dezinfectia spațiilor și obiectelor pe baza tehnologiei luminii ultraviolete UV-C

33 de ani de dezvoltare

O afacere de familie fondată în anul 1991, deținută acum de soții Amalia și Gabriel Georgescu, care inventează, inovează, produce și instalează aceste sisteme de dezinfecție speciale care folosesc un segment al spectrului luminos împotriva contaminărilor biologice periculoase (virusuri, bacterii, spori de mucegai etc).

Dacă până în anul 2010, producția de dispozitive de dezinfecție a crescut și s-a diversificat semnificativ, fiind focalizată pe sectorul medical, unde la nivel mondial se folosesc de peste o sută de ani, începând cu anul 2011 s-a început cercetarea-dezvoltarea de noi dispozitive de decontaminare pentru domeniile

educațional, administrativ, industrial, industrie alimentară, HoReCa, office și casnic.

Astăzi BIOCOMP produce cea mai complexă gama de dispozitive de dezinfecție și decontaminare cu lumină ultravioletă UV-C la nivel mondial, adresându-se tuturor sectoarelor de activitate profesională și personală.

Ce este „BEI by BIOCOMP”

Astăzi BIOCOMP oferă, în exclusivitate la nivel mondial, un sistem de protecție a vieții și a activității umane, denumit și înregistrat oficial - „Sistem de Biosecuritate Ecologică Integrată cu tehnologia luminii ultraviolete UV-C”, prescurtat B.E.I. by BIOCOMP. B.E.I. este un sistem holistic care presupune dotarea oricărui spațiu din orice

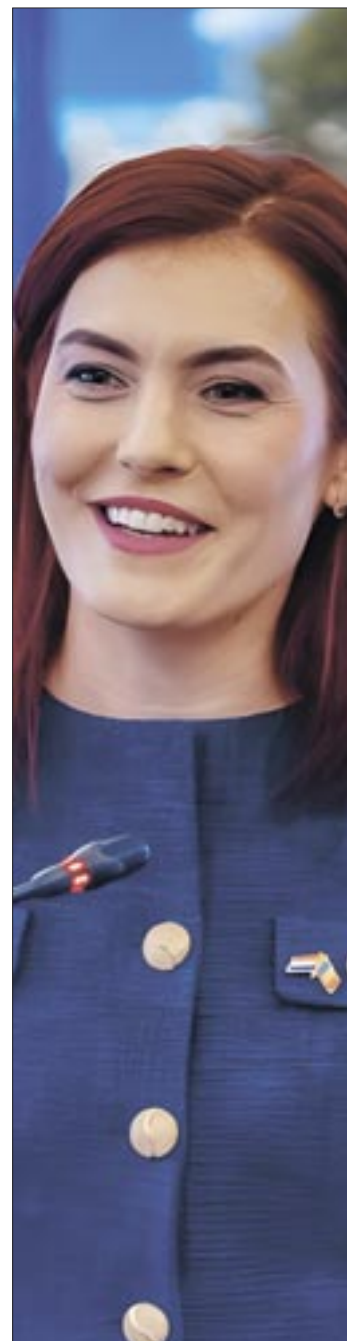
Ce faci când piața explodează

De peste 33 de ani, BIOCOMP s-a dezvoltat constant, a progresat și s-a adaptat - cel mai bun exemplu este dat de provocarea dată de creșterea exponențială a comenziilor în anul pandemic 2020.

Atunci au fost forțați să răspundă pieței și, într-un timp foarte scurt, să-și mărească ca-

pacitatea de fabricație și de prelucrare a datelor, dispozitivele noastre fiind recunoscute și certificate ca cele mai eficiente pentru distrugerea virusului Sars-Cov2.

O creșterea exponențială, la care BIOCOMP a trebuit în mod neașteptat să facă față atât tehnic, tehnologic, logistic cât și uman.



Suntem compania românească care oferă cel mai eficient și performant sistem de Biosecuritate Ecologică Integrată, la nivel european, în toate domeniile de activitate umană.

Amalia Georgescu

Sistem de Biosecuritate Ecologică Integrată cu tehnologia luminii ultraviolete UV-C

Protejat cu drepturi de autor



Dispozitive UV-C profesionale
pentru dezinfectia aerului în
prezența persoanelor



Dispozitive UV-C profesionale
pentru dezinfectia suprafețelor
în absența persoanelor



Dispozitive UV-C speciale

domeniu, după o metodologie proprie, cu dispozitive de decontaminare produse în România, de 33 de ani, cu acțiune activă și preventivă pentru a asigura decontaminarea din aer, suprafețe și de pe obiecte, oriunde există riscul ca virusurile și bacteriile să ne pună viața în pericol.

Experiența de 33 de ani a firmei și statutul de producător permite le personalizarea și adaptarea la nevoile clienților și partenerilor, sistemul BEI fiind foarte adaptabil și flexibil. Clienții BIOCOMP sunt din toate sectoarele de activitate menționate, solicitarea lor fiind în principal focusată pe nevoia de siguranță și respectarea certificărilor în vigoare, iar ceea ce livrează BIOCOMP este personalizat pe nevoia lor: decontaminare ecologică, eficientă și sustenabilă. În plus, se oferă o garanție de 5 ani și service post-garanție de 10 ani. Astfel, se asigură protecția oamenilor dintr-un spațiu, cu efecte benefice remarcabile în calitatea aerului,

a vieții și creșterea performanței odată cu scăderea utilizării substanțelor chimice și a costului dezinfecției.

Ce urmează?

BIOCOMP proiectează și lansează anual produse noi destinate unor decontaminări speciale, personalizate, conform solicitărilor diverse venite din piață - națională sau internațională.

„Tendința pieței și în ultimii 3 ani și în următorii 3 ani este de creștere a cerinței de dispozitive de decontaminare și de sisteme de decontaminare ecologice, sustenabile și eficiente care să susțină activitatea umană datorită scăderii masive a eficienței decontaminărilor clasice cu substanțe chimice, ceea ce a dus la o rezistență sporită a bio-contaminanților”, ne spune Gabriel Georgescu. ●



Ne preocupă prioritar oferirea și expunerea sistemului B.E.I. by BIOCOMP, a gamei de dispozitive de decontaminare produse pentru clienții din toate domeniile, din UE și din alte continente, prin participarea la târguri și expoziții de profil și identificarea de companii partenere.

Gabriel Georgescu

AMALIA GEORGESCU: Fii întotdeauna pregătit

Pentru că revista noastră dorește să transmită și informație educațională, cerem celor intervievați și sfaturi personale, din experiența proprie, pentru cei aflați la început de drum în antreprenariat.

„Un sfat care are rădăcini în experiența și expertiza de 33 de ani a companiei BIOCOMP: fii întotdeauna pregătit la schimbările mediului economic, care de multe ori apar neașteptat, nu te speria și privește-le ca o oportunitate de a învăța, de a crește și de a fi mai bun.”



FERMELE MORARU

Singura fermă autorizată din țară care crește găinile la sol, în aer liber

- O firmă foarte inovativă, cu multe pionierate
- Totul este sub zodia cifrei 7
- De ce este carnea puilor galbenă?

Credem în devotamentul față de familie și în valorile de la sat — ele stau la baza a tot ceea ce facem astăzi. Avem grijă, așadar, că ceea ce punem pe raft să fie o oglindă perfectă a muncii noastre: simplu, fără nimic în plus, curat, sigur și sănătos

Alina Moraru

De la grupul Morandi la Fermele Moraru

Singura fermă autorizată din țară pentru a crește tradițional, la sol, în aer liber, găinile pentru carne și ouă, se află la Vaslui și este o afacere de familie care a început acum 30 de ani, la acel moment cu o simplă moară.

FERMELE MORARU, cum a fost recent rebranduit pentru marketing acest grup de firme care totuși în acte figurează cu alte denumiri, este una dintre cele mai inovative firme de acest gen din întreaga țară, - „avem inovația în sânge“, ne spune Cătălin Moraru - fiind printre primele care au implementat, pe rând:

- creșterea la sol a găinilor pentru ouă,
- creșterea tradițională în aer liber a puilor pentru carne,
- încălzirea păsărilor pe baza de energie regenerabilă

- hrana pasărilor pe baza de boabe întregi de cereale

FERMELE MORARU, sau grupul Morandi, cum este mai bine cunoscut, reunește astăzi o familie de companii, cu peste 350 de angajați, care sunt legate prin acționariat comun: SC Morandi-Com SRL / Fermele de păsări / SC Fabrica de carne Morandi SRL / Centrul de tranșare și ambalare carne / SC Prod-ovo Grup SA / Centrul de ambalare ouă.

Alina Moraru: „Creștem o diversitatea de pui, de la pui simplu, la pui hrănit cu porumb, pui cu creștere lentă, pui crescut în aer liber și pui coquelet“.

Și se pare că întreaga familie de firme stă sub zodia cifrei 7, pentru că la acest moment are:

- 7 ferme de creștere a pasărilor pentru carne și ouă

- abator de pasări cu o capacitate de 7000 cap/h, cu echipamente de ultimă generație
- 7 mărci proprii de carne și ouă
- rețea de 7 magazine proprii (Iași, Vaslui, Huși, Negrești)

Finanțări, tehnologizări și standarde de auditare

Abatorul propriu este dotat cu echipamente de ultima generație STORK, lider mondial în producția de echipamente de abatorizare.

„Înnoim continuu aceste echipamente, pentru a asigura cea mai buna calitate a procesării cărnii de pui, pentru a corespunde cerințelor consumatorilor și pentru eficiența maximă a producției” - ne precizează Cătălin Moraru.

Firma deține certificare IFS FOOD - un standard recunoscut pentru auditarea producătorilor de alimente. Focusul acestui standard este pe siguranță alimentelor și calitatea proceselor și produselor. Are în vedere companiile procesatoare de alimente, dar și cele care se ocupa de ambalarea acestor produse.

Standardul IFS Food se aplică atunci când are loc procesarea produselor sau exista un pericol de contaminare a produsului în timpul ambalării. Standardul este foarte important pentru toți producătorii de alimente, în special pentru cei cu eticheta privată, deoarece conține multe reglementari cu privire la respectarea specificațiilor consumatorului.

Compania s-a finanțat prin credite bancare în majoritate, dar începând cu anul 2007 a accesat continuu proiecte pe fonduri europene, atât pentru modernizarea fermelor de pasări, cât și pentru construirea și modernizarea abatorului propriu.

„Îndemnăm antreprenorii să acceseze cât mai multe fonduri europene. Să nu se lase intimidați de birocrație, pentru că la final se merita efortul”, ne spune Alina.



Ce provocări au? Concurența tot mai puternică și lipsa etichetării corecte

In prezent au în derulare înființarea unei ferme noi de pasări, cu o capacitate semnificativă de 70000 cap/serie, și extinderea capacității de producție a abatorului de la 7000 cap/h la 9000 cap/h. Pe termen scurt își propun înființarea propriei fabrici de nutrețuri combinate pentru a integra activitatea și a obține o eficiență tehnică și economică sporită.

- **„Ca o provocare, vedem concurența puternică în domeniul producției și comercializării cărnii de pui. Acest aspect determina prețuri scăzute pe piață, uneori chiar mai mici decât costurile de producție. Costurile noastre de producție sunt mai reduse datorita folosirii energiei regenerabile pentru încălzit pasărilor. Suntem printre primii fermieri de pasări care au dotat fermele cu centrale termice pe baza de biomasă”**
- **O altă mare provocare este absența obligativității legale (similare**

marcării ouălor cu coduri) de a marca pe etichete sistemul de creștere al pasărilor conform legislației.

Lipsa obligativității marcării pe etichete a sistemului de creștere a puilor de carne. În condițiile în care unele firme emit mesaje publicitare înșelătoare, face consumatorul să fie confuz în alegere, să nu știe ce calitate a produselor plătește la raft.

Piața produselor cât mai naturale este în creștere

Ca oportunități, soții Moraru identifica tendința consumatorilor de a alege produse obținute din creșterea pasărilor în mod cât mai tradițional, ca în gospodăriile țărănești, adică din rase rustice (neameliorate genetic), crescute o perioadă mai îndelungată, cu furaje bazate pe cereale.

Ei dau de exemplu produsele proprii obținute din puii cu creștere lentă „Puiul gospodarului” și „Puiul de Curte”, pasări crescute tradițional în aer liber. ●



Cum sunt crescuți puii tradiționali?

- Puii sunt crescuți minim 82 de zile
- Puii au asigurat spațiu în aer liber pentru pășune de minim 2mp/cap
- Hrana puilor conține boabe întregi de cereale, fără antibiotice și fără organisme modificate genetic

De ce carnea este galbenă?

Puiul Gospodarului și Pui de Curte au carnea de culoare galbenă naturală, determinată de mai mulți factori cumulați: provin din pasări de rasă de creștere lentă Hubbard JA 57 Ki. Această rasă are caracteristicile penajului roșu și pielea galbenă naturală.

Păsările sunt crescute în sisteme superioare de creștere: densitate scăzută, cu

acces în aer liber, cu timp de creștere îndelungat etc.

Acest lucru determină o carne mai consistentă și mai gustoasă, cu fibre musculare pronunțate.

Alimentația păsărilor consta în cel puțin 75% cereale, în majoritate porumb, care conferă cărnii o culoare mai galbenă



ARHIPELAGO

Un jucător național de top în networking de business



Claudiu Florea,
Community Manager,
Club Afaceri.ro

- firma ieșeană organizează peste 20 de misiuni economice externe anual
- peste 1 mil de vizualizări pe portalurile proprii, ca www.Finantare.ro
- o rețea de 35 de cluburi de afaceri în țară și în lume

Arhipelago este un jucător de top național în evenimente de networking, servicii de potrivire a afacerilor, consultanță de afaceri, servicii de informații specializate promovând inovația, noi modele de afaceri, internaționalizarea IMM-urilor, noi tehnologii și instrumente de finanțare pentru a sprijini companiile românești în activitatea lor și a genera creștere, noi produse și noi piețe

Firma deține până la 100 de produse digitale

Arhipelago este o organizație românească de anvergură, activă în domeniul misiunilor comerciale internaționale, evenimentelor internaționale și bootcamp-urilor de afaceri la nivel mondial. Proiectele internaționale pe care le desfășoară sunt concepute pentru a îmbina educația cu explorarea, având scopul de a ajuta antreprenorii din companiile românești să se dezvolte și să devină mai competitivi.

Arhipelago Interactive SRL (Arhipelago) este o companie media și de comunicare românească recunoscută, concentrată pe servicii de informare B2B.

Printre cele mai cunoscute produse se numără **www.Finantare.ro**, un portal dedicat sprijinirii IMM-urilor în găsirea surselor de finanțare, promovarea managementului de proiect, facilitarea accesului la scheme de sprijin pentru inovație și oferirea de servicii de consultanță și informații adaptate nevoilor IMM-urilor, sensibilizarea cu privire la instrumentele financiare ale UE și consilierea IMM-urilor despre alte surse de finanțare relevante pentru nevoile lor și cum să se pregătească pentru a căuta finanțare de la investitori și intermediari financiari și **www.Plan-deafacere.ro**, o bază de cunoștințe despre planuri de afaceri cu servicii de consultanță de bază și avansate.

De la începutul companiei, în 2001 (sub numele de Kapital), aceasta a oferit suport și consultanță pentru peste 1000 de clienți corporativi români și 300 internaționali în utilizarea canalelor digi-

tale pentru a promova, comunica sau vinde, oferind consultanță digitală, servicii de dezvoltare IT și de întreținere.

Ce este programul Afaceri.ro

Începând cu anul 2010, Arhipelago a lansat programul Afaceri.ro, o platformă de networking internațional online și față în față, prin care a dezvoltat trei tipuri de evenimente pentru a sprijini internaționalizarea IMM-urilor:

- **Misiuni comerciale internaționale** în: SUA (Washington, New York, Texas, Coastă de Est, Nevada, California), Ucraina, Austria, Italia, Marea Britanie, Republica Moldova, China, Japonia, Kazahstan, Azerbaidjan, Georgia, Israel, Rusia, Coreea de Sud, Nepal.
- **Bootcamp-uri internaționale** pentru antreprenori și profesioniști din diferite domenii în: Norvegia, Australia, Singapore, Rusia, Serbia, Uzbekistan, Noua Zeelandă.
- **Conferințe internaționale** la fața locului în Boston (SUA), Tel Aviv (Israel), Moscova (Rusia), Vladivostok (Rusia), Houston (SUA), Austin (SUA), Cernăuți (Ucraina), Bălți (Republica Moldova), Odesa (Ucraina), Viena (Austria), Milano (Italia), Beijing (China), Kathmandu (Nepal).

Misunile economice Afaceri.ro sunt organizate cu scopul de a ajuta companiile românești cu potențial de internaționalizare.

În prezent, comunitatea Afaceri.ro și cluburile de afaceri cuprind peste 1000

Cu sediul în Iași, România, compania a fost unul dintre pionierii publicării online, având numeroase produse digitale (până la 100), inclusiv reviste online, portaluri și servicii digitale pentru sectorul IMM-urilor, cu un trafic mediu de 1.000.000 de vizualizări lunare.

de IMM-uri din România și din străinătate, iar Arhipelago este un jucător de top național în evenimente de networking, servicii de potrivire a afacerilor, consultanță de afaceri, servicii de informații specializate promovând inovația, noi modele de afaceri, internaționalizarea IMM-urilor, noi tehnologii și instrumente de finanțare pentru a sprijini companiile românești în activitatea lor și a genera creștere, noi produse și noi piețe.

Ce este rețeaua de cluburi de afaceri Afaceri.ro?

Rețeaua de cluburi de afaceri Afaceri.ro este o platformă dedicată antreprenorilor și managerilor din România, cu scopul de a facilita conectarea, colaborarea și creșterea afacerilor.

În prezent, există cluburi **Afaceri.ro** în următoarele localități, regiuni și teritorii: **Iași, Suceava, Botoșani, Brașov, Galați, Mediaș, Cluj, Târnăveni, Deva, Țară Dornelor, Craiova, Mureș, Oradea, Focșani, Pitești, Cernăuți, Chișinău, Ungheni, Conpenhaga, Lyon, Londra, Irlanda, Olanda, Paris, Viena, Bali, Bangkok, Coreea de Sud, India, Jakarta, Qatar, Singapore, Vietnam, Austin, New York, Uruguay, Utah, Perth, Sydney.**

Cum funcționează cluburile locale?

Cluburile locale organizează periodic evenimente cu diverse tematici, cum ar fi:

- **Conferințe de afaceri:** evenimente pe teme specifice de interes pentru antreprenori, susținute de oameni de afaceri locali și invitați din alte cluburi. Conferințele dezbate provocările actuale din mediul de afaceri și pun accent pe oameni, modele de urmat, noutăți, informație și inspirație privind utilizarea noilor tehnologii, a



Viorel Macovei, președintele clubului național Afaceri.ro

managementului și marketingului modern și a instrumentelor de finanțare. Numitorul comun al programului național de conferințe este oferit de viziunea de a crește potențialul de dezvoltare al fiecărei regiuni și de a aduce la lucru forțele care pot genera creștere locală, eficiență și afaceri noi.

- **Speakeri invitați:** Evenimente punctuale cu prezentări ale experților din diverse domenii, relevante pentru antreprenorii din club.
- **Workshop-uri:** sesiuni practice de învățare a unor abilități specifice antreprenoriatului și dezvoltării afacerii.
- **Networking:** Evenimente dedicate facilitării conexiunilor și contactelor dintre membrii clubului.

Care sunt beneficiile pentru antreprenori, care sunt destinațiile viitoarelor misiuni economice - în materialul complet de pe

www.moldovaeconomica.eu

Zece companii din regiunea Moldovei pe lista principală a Bursei de la București

Patru firme cu o capitalizare de cel puțin un miliard de lei își desfășoară activitatea în regiunea Moldovei: **Chimcomplex Borzești, Aerostar Bacău, Evergent Investments Bacău și Antibiotice Iași.**

Piața principală a Bursei de Valori București (BVB) are câteva companii mari din regiunea Moldovei, cele mai multe fiind listate încă de pe la reîncepturile pieței, din anii '90: **Antibiotice Iași**, cu una dintre cele mai bune evoluții bursiere în 2023, **Aerostar Bacău**, iar pe piața AeRO este **Brikston** – fosta Ceramica Iași și altele. În 2021, un business de anvergură din industria petrochimică - **Chimcomplex Borzești** - trecea de pe piața AeRO a Bursei pe cea principală, pentru a fi în vizorul investitorilor mari. La acel moment, **Chimcomplex** anunța intenția atragerii de finanțare de la noi investitori printr-o majorare de capital, însă anul 2022 s-a dovedit a fi dificil pentru întreaga industrie, iar planurile au fost amânate.

Lista completă a companiilor din Moldova listate la BVB

Pe piața Reglementată a Bursei de Valori București sunt prezente în acest moment 85 de companii. Dintre acestea, 10 sunt din regiunea Moldovei, iar una, Purcari Wineries, din Republica Moldova.

Patru firme cu o capitalizare de cel puțin un miliard de lei își desfășoară activitatea în regiunea Moldovei: **Chimcomplex Borzești, Aerostar Bacău, Evergent Investments Bacău și Antibiotice Iași.**

Ierarhizate din punctul de vedere al capitalizării, conform datelor de la începutul lui aprilie 2024 de pe site-ul Bursei de Valori București, cele zece firme sunt:

Chimcomplex S.A. Borzești

Chimcomplex Borzești, Onești, jud. Bacău, este cea mai mare companie

românească specializată în producerea substanțelor chimice și cel mai mare exportator cu capital privat românesc, potrivit tradeville.ro. Operează cele mai mari combinate de produse chimice din România, fiind singurul producător de substanțe active biocide pe bază de clor, hipoclorit de sodiu și clorura de var la nivel national. Este listată din 2015, în prezent pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier CRC. La 2 aprilie avea o capitalizare de 4,23 miliarde de lei, potrivit bvb.ro.

Aerostar Bacău

Aerostar (fosta Întreprindere de Avioane Bacău) este specializată în fabricarea de aeronave, sisteme de aviație și sisteme defensive terestre. Este furnizor de piese, aerestructuri, subansamble și echipamente pentru aviația civilă, asigurând servicii de mentenanță și conversie pentru aviația civilă. Deține autorizarea Part-145 care permite executarea lucrărilor de întreținere la avioanele Boeing 737 seriile 300-900, Airbus 320 și pentru componente. Totodată, este autorizată ca Centru de Mentenanță pentru aeronavele F-16 din dotarea Armatei României. Este listată din 1998 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier ARS. La 2 aprilie avea o capitalizare de 1,41 miliarde de lei.

Evergent Investments Bacău

Evergent Investments Bacău (fostul SIF Moldova) este un fond de investiții cu o experiență de 30 de ani pe piața de capital. Este listată la Bursa de Valori București, cu simbolul bursier EVER. La 2



Cristian Tudorescu

Consultant Financiar și Expert Piețe de Capital

aprilie avea o capitalizare de 1,26 miliarde de lei.

Antibiotice Iași

Antibiotice este principalul producător român de medicamente generice și lider mondial în producerea substanței active Niastina. Înființată la Iași în 1955, Antibiotice a fost prima fabrică din Europa de Sud-Est care a produs Penicilina. Este o societate pe acțiuni, acționarul majoritar fiind statul român, prin intermediul Ministerului Sănătății. Este listată din 1997 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier ATB. La 2 aprilie avea o capitalizare de 1,18 miliarde de lei.

Purcari Wineries

Purcari Wineries este unul dintre principalii producători de vin și brandy din Europa Centrală și de Est. Grupul administrează aproximativ 1.450 hectare de podgorii și operează cinci platforme

de producție în România, Moldova și Bulgaria, patru dintre ele fiind destinate producției de vin, iar una producției de brandy. Este cel mai mare exportator de vin din Moldova, livrând în peste 40 de țări din Europa (Polonia, Republica Cehă, Slovacia, Ucraina, Țările Scandinave, Marea Britanie etc.), în Asia (China, Japonia, Coreea de Sud) și în America (Canada și SUA). Este listată din 2018 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier WINE, și face parte din indicii de referință BET. La 2 aprilie avea o capitalizare de 612,19 milioane de lei.

Vrancart Adjud

Vrancart Adjud, jud Vrancea, este unul dintre principalii producători români de carton ondulat și hârtii igienico-sanitare și unicul distribuitor în România al echipamentelor Kadant PAAL și PRESTO, furnizând o gamă diversificată de prese de balotat, prescontainere și compactoare staționare. Este listată din 2005 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier VNC. La 2 aprilie avea o capitalizare de 270,59 milioane de lei.

Bermas Suceava

Bermas este specializată în fabricarea berii prin procedee tradiționale, folosind malțul și hameiul sub formă de peleti. Bermas este listată din 1998 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier BRM. La 2 aprilie avea o capitalizare de 59,91 milioane de lei.

Mecanica Ceahlău

Mecanica Ceahlău – Piatra Neamț este unul dintre principalii producători de utilaje agricole din România. Are în portofoliu peste 20 de grupe de produse, acoperind toate etapele lucrărilor agricole, de la pregătirea solului pentru însămânțare până la recoltare. Mecanica Ceahlău este listată din 2005 pe segmentul principal al Bursei de Valori

București, cu simbolul bursier MECF. La 2 aprilie avea o capitalizare de 26,38 milioane de lei.

Casa de Bucovina - Club de Munte

Casa de Bucovina - Club de Munte (Gura Humorului, jud. Suceava) este o companie axată pe servicii hoteliere, de alimentație publică și agrement, vânzarea de pachete turistice, precum și organizarea de conferințe și evenimente pentru companii. În patrimoniul companiei se găsește hotelul Best Western Bucovina din Gura Humorului. Casa de Bucovina – Club de Munte este listată din 2008 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier BCM. La 2 aprilie avea o capitalizare de 20,77 milioane de lei.

Conted Dorohoi

Conted este un producător cu experiență în domeniul confecțiilor textile, a cărui producție este axată pe costume, pantaloni, sacouri, paltoane și pardesiuri pentru bărbați, compleuri pentru femei, uniforme militare, fiind premiat pentru calitate și eficiență economică de către Registrul Comerțului din România. Conted produce în prezent 1.000 de sacouri și 800 de pantaloni pe zi, producție destinată integral exportului în țări precum Franța, Regatul Unit, Germania, Italia, Belgia și Olanda. Conted este listată din 1997 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier CNTE. La 2 aprilie avea o capitalizare de 9,58 milioane de lei.

Electrocontact Botoșani

Electrocontact este o companie având ca activitate proiectarea, producerea și comercializarea de aparataj electric de joasă tensiune, mijloace de automatizare, electrice, electrotehnice, produse electronice și de mecanică fină, piese de schimb. Printre principalii beneficiari ai companiei se numără Centrala nucleară de la Cernavodă și producătorul auto Dacia-Renault Pitești. Electrocontact

Care sunt condițiile pentru listarea pe piața principală a BVB?

Care sunt condițiile principale pentru ca o companie să fie listată pe piața principală a BVB, cea care oferă acces și către investitorii de tip fonduri mutuale și de investiții, eventual și fonduri de pensii:

- **peste 25% dintre acțiunile companiei să nu fie deținute de acționarii care au controlul**, adică să existe premisa ca aceste acțiuni să se poată tranzacționa liber în piață. Dacă societatea are o capitalizare suficient de mare, de ordinul miliardelor de lei, BVB poate permite o excepție de la aceasta condiție.

De exemplu, în cazul **Chimcomplex Borzești**, cu o capitalizare de peste 4 miliarde de RON, doar 6% sunt teoretic tranzacționabile liber, statul român încă având o deținere de aproape 9%, iar restul fiind controlate de acționarul principal.

- **să aibă un Consiliu de Administrație format din minim 3 membri și să raporteze datele financiare trimestrial**. Dacă societatea are dețineri semnificative sau majoritare și în alte companii, să întocmească situații financiare consolidate.

Vedem, așadar, că trecerea pe piața principală se justifică de la o anumită mărime a companiei și/sau a capitalizării, pentru a permite o structură corporativă mai extinsă.

Practica pare să indice că de la peste 30 milioane de euro capitalizare, o companie poate să ia în calcul această trecere, fără ca acest nivel să constituie neapărat o regulă.

este listată din 1998 pe segmentul principal al Bursei de Valori București, cu simbolul bursier ECT. La 2 aprilie avea o capitalizare de 6,52 milioane de lei. ●

SECȚIUNEA

REPUBLICA

MOLDOVA

DUMITRU ALAIBA: Republica Moldova va deveni cea mai prietenoasă țară din Europa cu investitorii

Interviu cu Dumitru Alaiba, ministrul Dezvoltării Economiei și Digitalizării din Republica Moldova



- Peste 57% din serviciile statului către antreprenori au fost digitalizate deja
- O măsură care permite unui investitor străin să angajeze instant personal din exterior
- Un parc tehnologic virtual unde plătești un singur impozit - 7% din venit
- Dacă ai sub 250 de angajați și cifră de afaceri sub 5 mil de euro - plătești un impozit unic de 7%, dacă banii rămân în firmă.
- Statul subvenționează tot ce trece de 7% la dobânzile la creditele de investiții în lei, și tot ce este peste 3% la creditele în euro și dolari

„Trebuie să avem creșteri anuale de peste 10%“

REPORTER: S-a lucrat în ultimii ani la un plan major de dezvoltare a Republicii Moldova. Care sunt direcțiile principale prevăzute în acest plan?

Viziunea noastră este de a stimula o creștere economică mult mai rapidă, pentru recuperarea rămânerii în urmă. Noi nu ne putem permite să creștem cu 2-3% anual, pentru că așa vom rămâne în continuare una dintre cele mai sărace țări în Europă.

Trebuie să avem o dezvoltare a PIB-ului anual cu două cifre.

Pentru asta, deja am declanșat la nivel guvernamental mai multe reforme pe mai multe direcții.

REP.: Primul obiectiv pare a fi digitalizarea administrației și a tuturor serviciilor oferite de stat. Republica Moldova a făcut progrese uimitoare în ultima vreme. Este această acțiune inclusă într-un scop mai mare?

Da, vrem să devenim o țară extrem de prietenoasă cu investitorii străini, **cea mai prietenoasă țară pentru afaceri în următorii 5 ani.**

Ce este măsura 373?

Măsura 373 este modul în care am încercat în această perioadă mai incertă să ajutăm mai mult economia.

Dacă ai fost antreprenor în Republica Moldova, ai avut ultimii trei ani foarte complicați - Covid, criza energetică, inflație de 36 %, asta dacă aveai un credit însemna că rata ți s-a dublat peste noapte, a fost și un an secetos, peste care s-a așezat și războiul, care practic a înghețat orice plan de dezvoltare în anul 2022.

În astfel de situații, devii foarte prudent legat de investiții - așa că am decis să impulsionez piața.

Statul a venit cu un program de subvenționare a dobânzilor de la creditele bancare pentru antreprenori - și mai important decât subvenționarea este că am oferit un orizont clar antreprenorilor.

Acest ajutor funcționează așa - antreprenorii vor plăti dobânzi de maxim 7% în lei moldovenești pe an (restul plătește statul) și maxim 3 % în dolari sau euro, cu o perioadă de grație de 3 ani pentru împrumuturi cu scadență de până la 7 ani.

Suma maximă împrumutată drept credit investițional care beneficiază de acest ajutor de stat este de 750,000 de euro, dar va crește până la 2,2 milioane de euro.

La întreprinderile mici și mijlocii, noi avem 0% impozit pe venit pentru venitul reținut în companie, atâta timp cât nu este distribuit ca dividend. Dacă scoți bani din companie, impozitul este de 12%.

Noi suntem printre cele patru țări din Europa care au asemenea model - se adaugă Estonia, Letonia și Georgia. Dacă observați, toate sunt țări mici, țări care vizează foarte mult antreprenoriatul și dezvoltarea sectorului de start-up-uri, de companii

Prin reducerea birocrăției, prin digitalizare, prin investiții și acces la finanțare, programe speciale de atragere a investițiilor străine, fără care nu putem atinge acest ritm accelerat de creștere, de asemenea investiții în infrastructură energetică, logistică și așa mai departe.

Avem mare nevoie și de o piață de capital, de o bursă.

Cum vrea Moldova să rezolve problema forței de muncă

REP: Ca și în regiunea Moldova, în Republica Moldova a existat un fenomen de migrare fără precedent - la noi cam 20%, în Republică a trecut de 30%. Cum puteți avea creștere dacă nu mai există personal să lucreze?

Foarte curând, a început deja, Republica Moldova este o țară în care este foarte ușor să se demareze o afacere și să o operaționalizezi, cu acces la o angajați din 47 de țări, din regiune și mai departe, pe care îi poți angaja imediat, angajezi fără birocrăție.

Acum practic o lună în urmă am eliminat permisele de muncă ca și condiție pentru o parte a lumii din regiunea noastră. Este vorba despre posibili angajați nu numai din țări dezvoltate dar și din state comparabile cu al nostru.

Uniunea Europeană, dar și țările din Balcani, America de Nord, Ucraina, Turcia, Caucazul de Sud, Japonia, Coreea de Sud, țări cu atât resurse umane cu nivel de sofisticare mult mai înalt.

Aici am mers pe orizontală, pur și simplu, fără niciun fel de birocratie. **Dacă azi deschizi o firmă în Republica Moldova, în secunda următoare poți angaja pe oricine din aceste 47 de țări și statul se angajează, la rândul lui, să elibereze permise de muncă, în paralel, în maximum 3 luni.**

„O ofertă greu de bătut pe întreg continentul”

REP: Care ar fi motoarele care ar împinge economia Moldovei către un asemenea ritm?

Avem un parc tehnologic virtual, o platformă numită **IT Park**, cu facilități fiscale deosebite. **Orice firmă înscrisă în IT Park, care funcționează deja de 6 ani, plătește un singur impozit, 7 % impozit pe venit, punct!**

O ofertă greu de bătut pe întreg continentul. Acum sunt peste 1600 de firme înscrise în parcul tehnologic virtual IT Park.

Am extins în decembrie anul trecut această garanție referitoare la facilitatea fiscală până la sfârșitul anului 2025.

Această inițiativă ajută foarte mult și cultura startup-urilor în Republica Moldova. Mai mult ca atât, am extins acest regim și pentru cei ce numim „**shared services**”.

În afară de asta, acum lucrăm și asupra unui program de industrializare în care am definit mai multe sectoare prioritare - **de la electronică, la optică, la farmaceutică**, domenii în care noi credem că suntem și putem fi competitivi.

Ținând cont de ceea ce se produce acum, ținând cont de oferta educațională, numărul de ingineri pe care îi pregătim în fiecare an, numărul de medici, farmaciști și așa mai departe, care ar putea lucra pentru companii moldovenești acasă.

REP: Care sunt aceste stimulente fiscale?

În anul 2023 am introdus acest model de impozitare a veniturii pentru IMM-uri, de numai 7 % pe venitul anual, un singur impozit anual, pentru toate companiile din Republica Moldovei, indiferent de domeniul în care lucrează

Regula este pentru cei care au până în 250 de angajați, și cifră de afaceri de până la 100 de milioane de lei moldovenești (aproximativ 5 milioane de euro). Este un prag mare, foarte stimulat.

Aceste două condiții trebuie să fie cumulative. Deci toate firmele din Republica Moldova, cu până în 250 de angajați și până în 5 milioane venituri, plătesc numai 7% din venitul anual.

mici, mijlocii, care să producă pentru economie.

Asta permite - în special ținând cont de experiența Estoniei, unde acest model este de deja de 25 de ani - întreprinderilor mici și mijlocii să-și accelereze creșterea.

Și astfel ei pot să-și reinvestească profitul, pot să creeze locuri noi de muncă, pot să-și creeze provizioane.

Mai mult ca atât, cu această reformă fiscală am eliminat principalul motiv pentru care orice companie ar decide să-și ascundă veniturile.

„Ne vom construi noua industrie pe noile norme de eficiența energetică”

REP: Moldova ar putea beneficia în vreunul din sectoare de același paradox, cum s-a întâmplat cu România cu internetul - modernitate direct din subdezvoltare?

Nivelul nostru de industrializare este unul modest, și ținând cont de toate normele **Green Deal** și mai ales ținând cont de fapt că Republica Moldova nu are nici resurse naturale, nici resurse energetice, practic suntem astfel constrânși, în sensul bun al cuvântului, să ne construim noua industrie pe noile norme de eficiența energetică, cu respect pentru mediu.

Vorbim acum de o țară care la moment are comerț în proporție de peste 70%

cu Vestul, cu Uniunea Europeană. Iar jumătate din aceștia 70% sunt cu România.

Și din păcate numai 48 de produse sunt în acest schimb comercial.

E clar că trebuie să creștem nivelul de sofisticare, de diversificare inclusiv a piețelor, să deschidem noi și noi piețe. Și asta oferă Republicii Moldova posibilitatea de a crește rapid în perioada următorilor 10 ani, mai ales din perspectiva de integrare europeană.

Vedem că investițiile străine, dar și locale, practic s-au dublat în fiecare cinci ani.

Revoluția din domeniul digitalizării

REP: Republica Moldova a făcut pași destul de serioși pe direcția digitalizării în ultima vreme. Cifrele arată că undeva la 51% din documentele de care are nevoie o firmă în interacțiunea cu statul sau o persoană în interacțiunea cu statul au trecut în online, nu mai e nevoie de un contact direct cu un funcționar.

La acest moment, 51% din serviciile publice pentru antreprenori sunt deja disponibile digital și mai mult ca atât, 70 % dintre solicitările de la antreprenori sunt în format digital. Deci doar 30% din antreprenori continuă să prefere pentru moment serviciile la ghișeu.

Anul trecut aveam numai 38 de procente servicii digitalizate.

Până la sfârșitul anului, ținta noastră este de 75 de procente din toate serviciile publice pentru antreprenori să fie digitalizate.

Avem deja 8 instituții publice care au toate serviciile digitalizate, printre care Ministerul Economiei și Digitalizării, Casa Națională de Asigurări Sociale, CNAM și așa mai departe. Și continuăm lucrul cu toate instituțiile.

Pentru public, acum noi facem un mapping la **G2C (government to consumer)** ca să avem același exercițiu. Este adevărat, anul trecut, ținând cont de faptul că noi vrem să vedem digitalizarea ca o abilitare economică și asta poate fi un motor de dezvoltare economică în sine.

Dacă Estonia poate economisi 2% din PIB anual pentru că este complet digitalizată, înseamnă că asta poate face oricine, inclusiv noi.

E o chestiune de timp până când toate statele vor ajunge aici. Alegerea noastră este să mergem mult mai rapid pentru ca să beneficiem economic.

Nu vrem să excludem pe nimeni, cine preferă să meargă la ghișeu, să meargă, numai că vor fi mult mai puține ghișee.

Un interviu de Dan Radu

Interviul pe larg în website: www.moldovaeconomica.eu

Moldova este conectată cu lumea exterioară numai prin 5 puncte de frontieră cu România

Noi am ignorat investițiile masive în infrastructură și asta ne costă economic an de an. În afară de faptul investiția în sine ar alimenta creșterea economică de moment, de un an, doi, asta este și o abilitare economică, pentru că noi vorbim de competitivitatea și atractivitatea țării pentru comerț internațional.

La acest moment, Republica Moldova este conectată cu lumea externă prin practic 5 puncte de trecere a frontierei cu România.

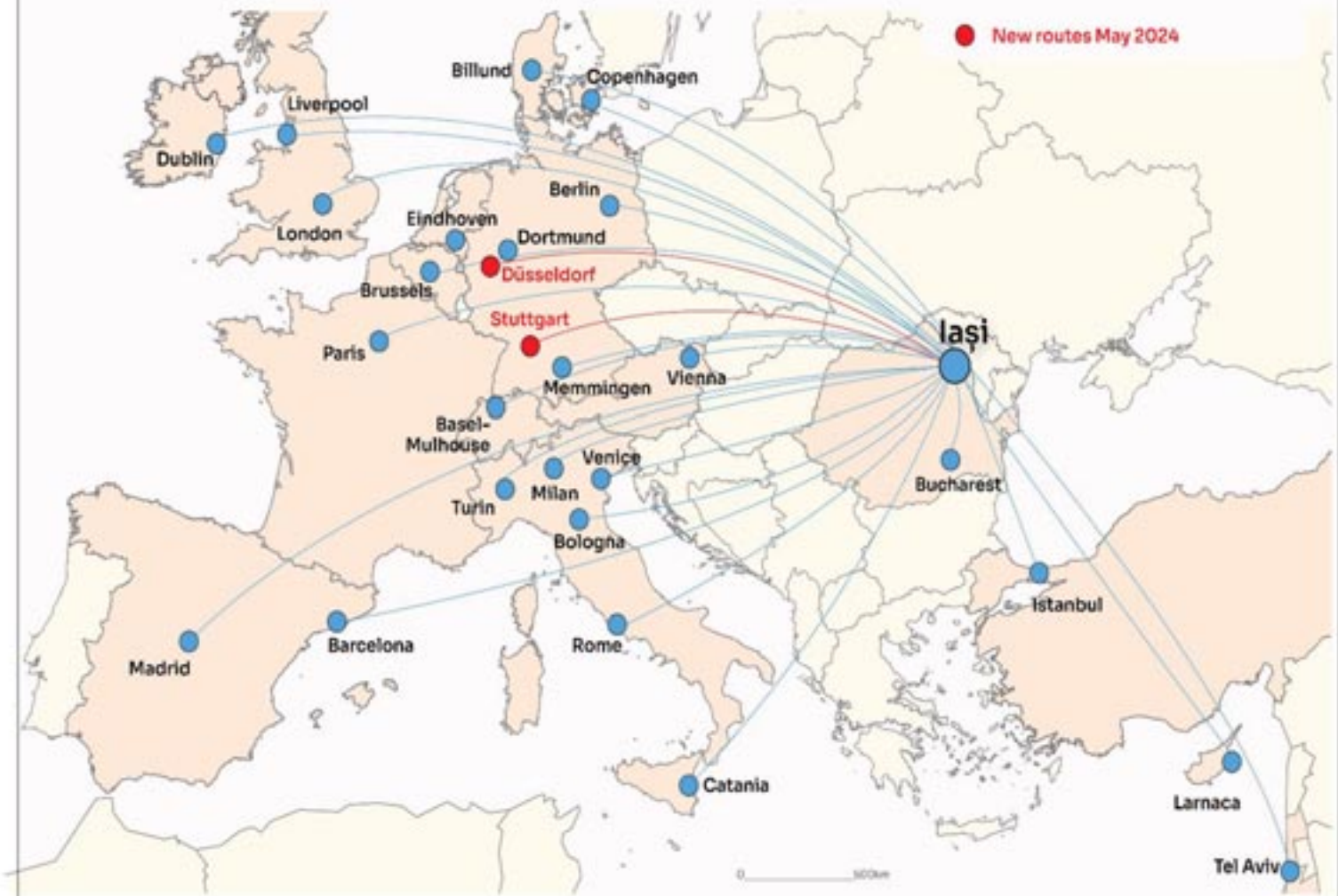
Portul Odesa nu mai este disponibil cale terestră prin Ucraina și, iată, acum simțim miopia timp de 30 de ani la rând, pentru că asta ne costă economic.

Ca să reduci timpii de așteptare, ca să reduci costul pe transport, ca să crești capacitatea de a te integra mult mai rapid și mult mai simplu în circuitele economice europene, în cazul dat, ai nevoie de o infrastructură ideală, mai ales într-o țară mică, cum este Republica Moldova, care poate fi atractivă doar prin eficiență.





IAȘI AIRPORT



ZONA ECONOMICĂ LIBERĂ UNGHENI

Peste 60 de companii cu 3200 de angajați

- 145 de hectare de facilități fiscale, de producție și depozitare
- vânzări totale de peste 164 de milioane de euro anual
- depozitarea este scutită de taxe pe termen nedeterminat

Republica Moldova are 6 zone libere (ZEL), create în 2001, și aflate în subordinea Ministerului Economiei și Infrastructurii.

Acestea sunt părți ale teritoriului vamal al Republicii, separate din punct de vedere economic, strict delimitate pe tot perimetrul lor, în care pentru investitorii autohtoni și străini sunt permise, în regim preferențial, genuri ale activității de întreprinzător.

Sunt permise:

- **Activități comerciale externe**
- **Producția industrială a mărfurilor**
- **Sortarea, ambalarea, marcarea mărfurilor tranzitate pe teritoriul Republicii Moldova**
- **Genuri auxiliare: servicii comunale, arendă, depozitare, construcții etc.**

Ca orice ZEL, acestea au un regim vamal și fiscal special, ce urmărește să încurajeze antreprenorii și investitorii moldoveni și străini să-și deschidă unități productive sau de comerț în aceste teritorii.

Cei care deschid unități de lucru în ZEL, beneficiază de:

- **Zero TVA**
- **Zero impozit pe venit, pentru 3 ani în cazul investițiilor de 1 milion de dolari și 5 ani pentru investiții peste 5 milioane de dolari**
- **6 % impozit pe venit pentru marfurile trimise la export (față de 12%, în mod normal)**
- **7 % impozit pe venit pentru alte activități**
- **Zero accize și taxe vamale pentru import-export**
- **10 ani garanții de stat în cazul modificărilor legislative - dacă se schimbă legea, firmele din ZEL vor merge pe legea mai favorabilă până la încheierea celor 10 ani de la momentul deschiderii firmei în ZEL.**

Regimul vamal este asigurat de către organul vamal, aflat în subordinea administrației ZEL, iar pe teritoriul zonei se stabilește regimul de declarare obligatorie în vamă a mărfurilor sau servici-



Natalia Iepuraș,
administratorul ZEL Ungheni.

ilor introduse în ZEL sau scoase de pe teritoriul ZEL.

Livrările de mărfuri din zona liberă în restul teritoriului republicii sunt asimilate importurilor și taxate ca atare.

ZEL „UNGHENI BUSINESS”

ZEL Ungheni Business a fost înființată în 2002 pentru o perioadă de 42 de ani (mai sunt 20 de ani); este la acest moment cea mai veche zonă de acest tip din țară.

ZEL Ungheni are o suprafață totală de 145 de hectare, împărțită în subzone (la Soroca și Călărași) și are 60 de companii rezidente, din care 45 % firme cu capital străin.

Firmele din ZEL au vânzări anuale totale în jur de 164 de milioane de euro, generând venituri pentru stat din taxe și impozite de 18,7 milioane de euro, care merg către visteria statului și bugetul primăriei Ungheni.

Firmele înregistrate în ZEL au împreună aproximativ 3200 de angajați.

ZEL „UNGHENI-BUSINESS”

A fost creată în 2002 pe o perioadă de 42 de ani

Suprafața totală – 145 ha

Ungheni – 64 ha

Călărași – 32,3 ha

Nisporeni – 26 ha

Soroca – 20,6 ha

Hîncești – 2 ha

Ungheni – Iași – 45 km pe cale auto

Ungheni – Aeroportul Internațional Iași – 53 km

Ungheni – Portul Internațional Gurgulești – 273 km

Ungheni – Portul Internațional Odessa – 294 km

Ungheni – Port Vamal Soroca (RO) – 25 km

Ungheni – Port Vamal Călești (RO) – 3 km

Soroca – Port Vamal Soroca (RO) – 148 km

Soroca – Port Vamal Călești (RO) – 181 km

Soroca – Port Vamal Cosăuți (Ukr) – 52 km

Ungheni – Chișinău (KV) – 150 km

Soroca – Chișinău (KV) – 171 km

Hîncești – Chișinău (KV) – 48 km

Călărași – Chișinău (KV) – 75 km

Nisporeni – Chișinău (KV) – 87 km

Ungheni – Gurgulești – 273 km

Soroca – Gurgulești – 372 km

Hîncești – Gurgulești – 183 km

Călărași – Gurgulești – 245 km

Nisporeni – Gurgulești – 248 km

FIRME IN ZEL UNGHENI

„LEAR este o firmă mare în Zona Economică Liberă Ungheni, a venit la noi mai întâi și apoi s-a extins la Iași. Mai toate firmele se plâng de probleme de personal, au o retenție foarte mică, nu reușesc să rețină oamenii foarte multă vreme, este o fluctuație de personal îngrijorătoare, oamenii pleacă repede la un job mai bine plătit sau undeva la muncă prin Europa. Parcă lucrăm cu sezonieri - ne spun ei”
- Natalia Iepuraș, administratorul ZEL.

- **Lear Corporation** (SUA) - produse huse auto pentru Porsche, Ford Mondeo, Audi, Mercedes C-Clase etc.
- **EuroYarns** (Belgia-Republica Moldova) - fire de lână și sintetice pentru covoare prin extrudare.
- **SOCLEMO** (Republica Moldova) - mobilă de lemn masiv
- **Fly Flot** (Italia) - încălțăminte ortopedică
- **CIS** - Cabling Integration System (Franța) - cabluri și cablaje electrice/electronice
- **Orange Tower** (Federația Rusă - Sankt Petersburg) - materiale termoizolante din polistiren extrudat
- **„EURO CARPETS”**, care va produce covoare sintetice, mochete, covorașe pentru autoturisme și iarbă artificială.

Administrația ZEL are 10 angajați și obține venituri anuale de aproximativ 360,000 de euro, din următoarele taxe și servicii:

- Taxa pentru intrarea în ZEL (2000 de euro)
- Taxe pentru activitățile industriale și de comerț din ZEL de până la 2% din veniturile firmelor
- Taxa pentru închirierea terenului public - 0,5-1,5 euro pe metru pătrat / an
- Taxe pentru eliberarea de permise de acces în ZEL

Unul din marile avantaje ale ZEL Ungheni este existența căii ferate cu ecartament european, existentă numai la Ungheni, ceea ce ajută foarte mult activitatea de export pe calea ferată.

Din acest motiv, în ZEL Ungheni s-au creat, în ultimii ani, zone extinse de depozitare pentru produse petroliere, cereale, gaz lichefiat etc. Depozitarea este scutită de taxe pe termen nedeterminat, ceea ce crează un mare avantaj comercianților care pot aștepta, în acest fel, fără costuri, ca piața să ofere un preț mai bun.

Orașul Ungheni avea, la recensământul de acum 8 ani, un număr de 38.000 de locuitori, întreg raionul având în jur de 117.000 de persoane.

În oraș sunt înregistrate 1350 de companii, 7 bănci, 6 licee, 2 școli, Colegiul de

Medicină, Colegiul Agroindustrial și Colegiul Național de Poliție de Frontieră.

CUM ESTE STRUCTURATĂ ZONA ECONOMICĂ LIBERĂ UNGHENI

ZEL Ungheni are 145 de hectare dar împărțite în mai multe „teritorii”, cu 6 unități subadiacente.

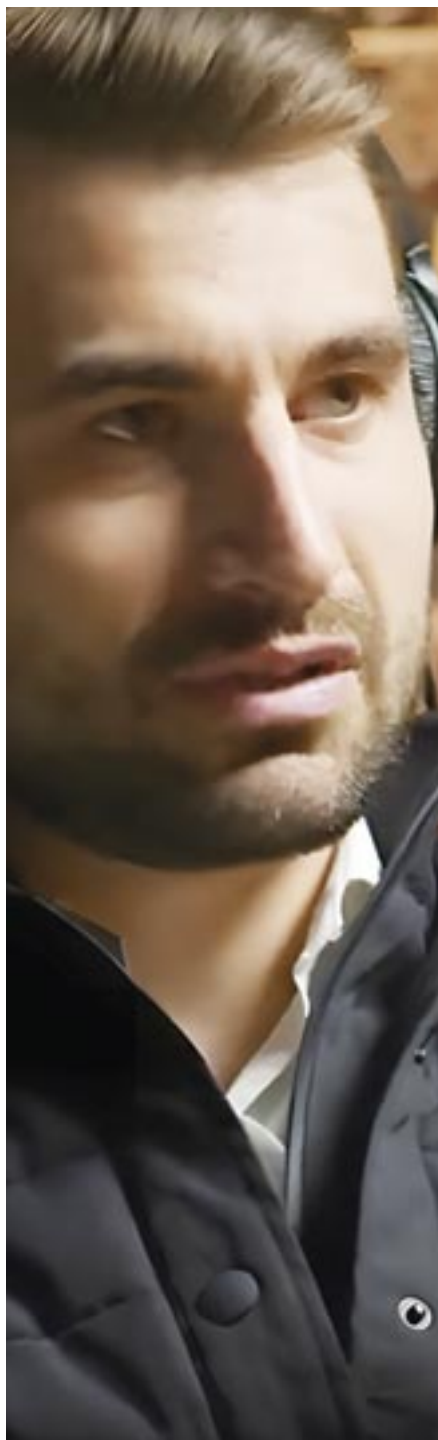
- Teritoriul principal este la Ungheni și 19,18 hectare de spații de producție și depozitare (cu 20,675 mp construiți) și 5 hectare pentru construcții.
- Teritoriul de la Soroca are 3 hectare, cu 19,100 de mp depozitare și producție. La acesta se adaugă 17,6 hectare pentru investiții greenfield.
- Teritoriul de la Călărași - 32 de hectare pentru investiții greenfield.

„Investițiile în infrastructură din zona economică liberă pentru utilități sunt realizate de administrația noastră, este treaba noastră.

Noi, cu ajutorul finanțatorilor externi am făcut proiectele tehnice ale utilităților. Pentru dezvoltarea infrastructurii, apelăm la banii instituțiilor moldovenești, Ministerul dezvoltării regionale, care oferă acești bani Agențiilor de Dezvoltare Regionale, care sunt în număr de 3 în Republică”, ne spune Natalia Iepuraș, administratorul ZEL Ungheni. ●

ELIRI

Cum poți produce un fir de cinci ori mai subțire decât firul de păianjen



Marcel Vârlan,
proprietarul și CEO ELIRI

- Firma a produs peste 50 de milioane de kilometri de microfibre și nanofibre pentru industrii de înaltă tehnologie
- Livrează bobine pentru biotehnologie de numai 1 mm
- Este unică la nivel mondial - un one-stop-shop pentru clienții care caută soluții în acest domeniu

Ce este un nanofir?

ELIRI este o companie din Chișinău care produce componente miniaturizate de ultimă generație - cum ar fi microfibre, nanofibre, microbobine etc. - pentru producția de microprocesoare, dispozitive biotehnologice de navigare în corpul uman in vivo, componente pentru industria aerospațială și altele.

Ce este un microfir (microwire) sau un nanofir și de ce este așa interesantă firma ELIRI?

Microwire/nanowire este un fir de diametru mic pentru fabricarea microbobinelor pentru dispozitive de măsurare și reglare.

Microfirele și nanofirele sunt obținute din diferite metale și aliaje: conductoare, rezistive, magnetice, semiconductoare acoperite cu izolație din sticlă, teflon sau polimide, cu un diametru mai mic de 1 micron până la zeci de microni, inclusiv din metale prețioase (Au, Pt, Ag etc.)

Ca să înțelegem mai bine cât reprezintă un micron, adică a mia parte dintr-un milimetru - firul de păianjen are 3 mi-

croni și este deci mai gros decât unele fire produse de ELIRI.

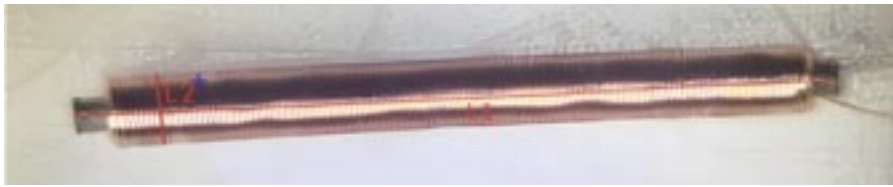
Firul de păr uman are 100 de microni iar globulele roșii cam 7 microni.

De altfel, firma are și un record mondial neomologat - a obținut un fir din aur cu grosimea absolut incredibilă de numai de 0.6 microni și cu o lungime de 3 kilometri. Deci cam o cincime din grosimea unui fir de păianjen.

Nu a fost un exercițiu pentru Guinness Book, care a refuzat omologarea pentru că era prea scump să producă un dispozitiv care să măsoare această reușită tehnologică, ci a fost comanda unui client care căutase mai mult de un an în întreaga lume o firmă care să facă posibilă o asemenea comandă.

Surpinzător, firma are o vechime de 64 de ani

Firma are o echipă multidisciplinară de cercetare, aproximativ 10 persoane, care combină capacități unice și cele mai bune practici intersectoriale, de la electromecanică, electronică, chimie, fizică, magnetism aplicat și design industrial.



Bobină cu lungime de numai 2 mm și cu o grosime de numai 0,2 mm. Pe bobină sunt înfășurate 1000 de spire.

Surprinzător, ELIRI nu este o companie nouă, ci are o vechime de peste 64 de ani, fiind în vremea sovietică un institut de cercetare în electronică.

Dar acum, unicul acționar este **Marcel Vârlan**, absolvent de Politehnică și Stiințe Economice în București, cu alte diverse stagii de studii și lucru în Marea Britanie și SUA.

„Suntem o companie care-și dezvoltă în house atât tehnologiile și utilajele cu care fabricăm componentele cerute de clienți. Noi venim cu soluția cap coadă pentru problema clientului - de la dezvoltarea tehnologiei la producere, dezvoltarea unui prototip de utilaj, până la dezvoltarea întregii linii de producție și mass production”, ne spune **Marcel Vârlan**, proprietarul și CEO al firmei.

„Sinapse” pentru microprocesoare

ELIRI nu are competiție directă pe plan internațional - fiind singura firmă care poate oferi aceste soluții integrate, un tip de companie one-stop-shop pentru domeniul în care este specializată, iar clienții sunt de la startup-uri tehnologice la companii din top 10 mondial.

Nanofirele sunt folosite și în cercetarea și dezvoltarea unei generații noi de microprocesoare iar recenta revoluție din industria de inteligență artificială a provocat o cerere uriașă de microprocesoare de ultimă generație, care urmăresc să mimeze funcționarea creierului uman. Prin urmare, aceste fire de grosimi microscopice au devenit extrem de necesare acestei industrii - începând de la

senzori și până la „sinapsele” ce leagă elemente ale microprocesorului ultra-miniaturizat.

Nanofirele sunt folosite și în noile cercetări care urmăresc realizarea conexiunii dintre computer sau diferite device-uri de înaltă tehnologie cu creierul uman - ca să luăm Neuralink a lui Elon Musk ca exemplul cel mai popular.

„Vrem să devenim un reper la nivel mondial”

ELIRI a ajuns acum într-un moment al dezvoltării proprii când este pregătită să facă un salt important.

„Avem acum câțiva clienți care sunt potențial interesați de a trece de la comenzi pentru cantități medii la comenzi foarte mari, noi le-am putea numi chiar uriașe. E vorba de milioane sau zeci de milioane de microbobine pe an, produse tehnologic avansate, cu diametre între 1-5 mm, cu fire bobinate de 10 microni, sau chiar mai mici. Nu cred că sunt 5 companii în lume care pot face așa ceva, ELIRI este una dintre ele”, adaugă **Marcel Vârlan**.

Bobinele sunt componente miniaturizate folosite în diverse industrii - printre care și în domeniul microchirurgiei, pentru sisteme de navigare în corpul uman

Avem șansa ca ELIRI să se plaseze ca producător de bază pentru o industrie mondială, să fie un reper în acea industrie.

Marcel Vârlan

ELIRI - Grup de companii

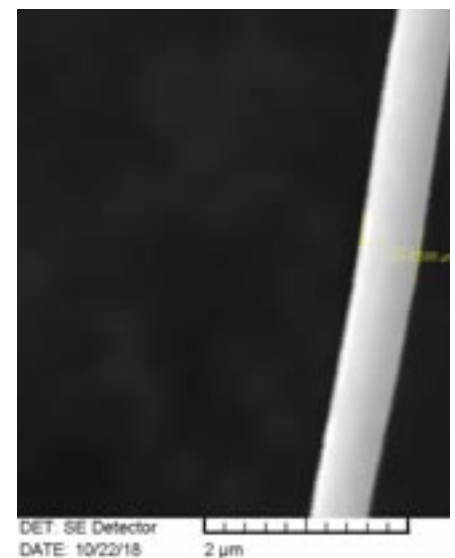
- Proprietar: Marcel Vârlan
- 75 de angajați
- Cifra de afaceri : 1,5 milioane de euro.

in vivo și pentru operații pe sistemul cardiovascular.

Firma are o filială în București și își propune deschiderea într-un viitor apropiat a unei unități de producție la Iași. ●

La ce folosesc microfirele

- cabluri pentru aplicații speciale (utilizare biologică, subacvatică, spațială, medii toxice);
- convertoare de măsurare a cantităților neelectrice (temperatură, presiune, viteză, forță, masă etc.);
- convertoare inductive;
- transformatoare, înfășurări ale motoarelor electrice;
- dispozitive rezistive de înaltă rezistență, separatoare de înaltă tensiune;
- complexe de nanostructuri filamentare;
- electrozi.



Firul de aur de numai 0,6 microni și 3 km lungime, record mondial, obținut de firma Eliri din Chișinău

Misavan

PROFESSIONAL



De peste 20 de ani
produse profesionale și soluții complete de curățenie

Retail · Horeca · Office · Medical · Industrie · Auto



www.misavan.ro

SECȚIUNEA

MANAGEMENT

&

DEZVOLTARE

RADU NECHITA

„Oamenii revin acolo unde au fost tratați corect, nu unde a fost mai ieftin“

Ce este în mintea unui specialist a cărui abilitate este de a determina oamenii să cumpere, cum arată filosofia vânzătorilor în general, ce calități îți trebuie și ce defecte te descalifică



DESPRE FILOSOFIA VÂNZĂTORULUI

1. Cum poți defini vânzarea, altfel decât o găsești definită în manuale?

Munca vânzătorului constă în a lua produse și servicii complexe, pentru nevoi reale, în a le transforma în idei simple și a-i motiva pe oameni să spună da! Se cheamă vânzare! Sau: Dacă ceea ce vrei să obții (beneficii) îți sunt mai necesare, dorite, decât contravaloarea lor din buzunar, vei face un schimb, barter, numit cumpărare, respectiv vânzare.

2. Care sunt principalele abilități și calități pe care ar trebuie să le aibă un vânzător?

Să fie sincer, pentru a inspira încredere, să fie curios, atent la relații, să simtă că orice eșec îl apropie statistic de succes. Alte abilități: capacitatea de a învăța rapid, comunicativ, să poată lucra independent și să facă față situațiilor inedite, cu decizii rapide, lucrative.

3. Cum îți construiești motivația și cum trebuie să reacționezi (psihologic) atunci când primești refuzuri?

În primul rând, dacă identifici corect nevoi, priorități și bugete și construiești din start o ofertă corectă, calitativă, vei avea mai puține refuzuri.

Apoi, dacă acestea cumva vor fi, le poți anticipa și te pregătești cu tehnici de tratare cooperantă a obiecțiilor sau variante alter-

native, care o dată intrate în obișnuință, te vor ajuta să argumentezi cum soluția ta răspunde la nevoile clientului.

Și nu în cele din urmă, funcționează legea numerelor mari, dacă vorbești cu zece prospecti, nouă te amână, unul te declină, dar dacă vorbești cu o sută de prospecti, nouăzeci te amână sau declină, dar zece vor spune vreau!

4. Care sunt cele mai bune 3 strategii de vânzare și pe care o preferi?

Preferata mea este „oferă pentru a primi”, adică o consiliere în identificarea nevoilor, pe priorități, pentru că îmi permite să merg „punct ochit, punct lovit”, să nu forțez sau denaturez oferta cu lucruri de care clientul nu are nevoie reală.

A doua este „cere și ți se va da”, să testez fiecare cerință, să văd ce nevoie sau dorință există în spate, de ce cere el ceva anume, pentru ce, face parte dintr-un proiect mai mare? Poate preiau tot proiectul, să-l oferez.

Iar a treia este să pornesc în ofertare „de sus în jos”, de la calitate 100%, oferindu-i ocazia să achiziționeze ceva economic!, la o soluție intermediară, care răspunde la bugete și la acoperirea nevoii imediate, urmând ca ulterior, un client avizat să revină pentru noi comenzi.

5. Cum îți prioritizezi activitățile și cum te asiguri că îți atingi obiectivele în vânzări?

Aici răspunsul poate părea un pic mai tehnic, dar el arată așa: fiecare client

Cine este Radu Nechita

- din 1996, broker pe piața de capital românească, director de agenție
- studii postuniversitare în diplomație - relații internaționale, Institutul Robert Schuman, Paris & Universitatea Pazmany, Budapesta și College of Europe, Bruges
- Cărți scrise: **Vânzarea consultativă – 125 de tehnici** (2017), **Către leadership prin management** (2020 și 2023, ed. a II-a), **Vânzarea consultativă, 300 de tehnici și bune practici moderne** (2022)

MOTTO PERSONAL: Oamenii se uită la ceea ce faci, nu la ceea ce spui.

MENTOR TRADING - profilul businessului personal

CLIENTI MAJORI: ING, NN, VISA Europe, Ferch, Banc Post, Millennium bank, Fiterman Pharma, Arcadia, Dinamic 92, Omniasig, Casa Auto, ș.a. peste o sută de clienți, în aproape 20 de ani de activitate ai Mentor Training. Ca piețe, avem clienți din automotive, medical & pharma, producție, servicii financiare & asigurări, servicii diverse.

CURSURI OFERITE: cinci programe: Mentor Vânzări, Mentor management & leadership, Mentor team building, Mentor antrenare, Mentor mystery client.

UNDE: 96% la sală, 4% online (cursuri, materiale video). Cursuri în organizații client: 92%, cursuri deschise: 8%, peste 150 de cursuri la nivel național, din 2007, majoritatea în Iași și București.

nou, mai ales dacă este atipic, îmi deschide o nouă piață țintă. De ce a cumpărat de la mine și nu de la alții? Ce a cumpărat el de fapt de la mine? Timp? Siguranță? Expertiză? Preț? Confort? Calitate? Altfel spus, ce de fapt i-am vândut eu? Și apoi întrebarea mare, unde mai găsesc încă o sută din acest tip de client?

Așadar, prima activitate, de viziune, este prospectarea, deși curentul principal

este pe marketing – promovare, facil, dar cu plăți grase la companiile din social media. Eu sunt invers curentului.

Alt pas este să mă informez despre afacerea lor, atât câte date publice există, apoi iau legătura, direct sau telefonic, și răspund la întrebări, formulez întrebări astfel încât să explorăm dacă este nevoie de dezvoltare de competențe și atitudine. Și este. Permanent. Este o industrie infinită.

6. Ce schimbări psihologice observi sau ai observat la cineva care lucrează de mai multă vreme în vânzări?

În vânzări spunem - comportamentul „naște” atitudinea! Pot să nu am o zi excelentă, nu am câștigat la loto, dar îmi impun să zâmbesc, să fiu deschis, deserts, proactiv, iar acest lucru se simte în atitudinea mea și apoi la nivelul celui alt, clientul.

Fake it, till you make it, spun englezii. Funcționează. Probleme apar atunci când intervine „sindromul expertului”, când începi să-ți etichetezi clienții, simplificați, sari etape, nu mai ceri feedback și, la final, pierzi dintre ei, apoi te blazezi, te plafonezi și ieși din piață, epuizat.

Altfel te poți autoeduca să asculți, să fii răbdător, să nu judeci, fără concluzii pripite și comunicarea merge de la sine. Te poți bucura și culegi roade faptului că ești empatic, comunicativ. Singura schimbare psihologică mare este deci despre atitudine.

De aceea un vânzător nativ nu se satură niciodată să vândă, iar un cârcotaș iese din vânzări înainte de a intra.

7. Cum arată profilul clientului tău preferat?

Companie românească sau multinațională, aflată în stadiul de dezvoltare sau maturitate (nu start-up-uri), orientată spre calitate, au ISO, alte certificări, și cu forță de vânzări și echipă managerială, cărora noi ne adresăm cu partea de educație, instruire.

Să știi că este o diferență între educație și instruire, educația este despre valori, atitudine, adică abilități afective, iar instruirea este despre competențe, să știe și să poată, adică abilități cognitive și motorii.

8. Care este cea mai importantă vânzare a ta și cum ai obținut-o?

Cea mai importantă a fost prima! Am primit o referință și am susținut un prim curs, apoi lucrurile s-au legat, zic eu, foarte bine.

Îți spun acum că eu am fost din totdeauna leneș la prospectare, am mers doar pe referințe, apoi centri de influență și trimiteri și foarte puțin din pagini argintii, albastre, acele telefoane reci, dacă îmi este permisă o glumă.

Referințele sunt de 16 ori mai eficiente decât sunatul așa, în necunoscut. Nu recomand, deși este plină țara de baze de date, „reci”.

Mai bine, atunci când cineva îți mulțumește sincer pentru sprijin, să-i spui că și el ar fi făcut la fel în locul tău! În acel moment o va gândi ca o reciprocitate și poți apoi suna pentru un sprijin și dinspre el! Mie mi se pare mai simplu așa.

9. Care sunt cele mai importante 3 lecții pe care le-ai învățat din experiența ta în vânzări?

- fiecare client să se simtă special, în centrul preocupărilor tale, căci oamenii revin unde sunt bine primiți și nu unde este mai ieftin.
- fiecare client să simtă că are parte de o ofertă specială, că faci ceva în plus, special pentru el.
- faci promisiuni clare și le respecti întotdeauna. Nu multe, dar clare! Iar în timp, clienții vor aprecia mai mult că ceea ce le-ai promis s-a și întâmplat, decât că ești mai scump cu 1% decât concurența, ceea ce le doare tuturor.

Un „interogatoriu” de Dan Radu

Vezi interviul pe larg în website www.moldovaeconomica.eu



Transformă incertitudinea în oportunități:

AMPACT - Agility Mapping Process ACT

Ce este această soluție dezvoltată de o echipă de specialiști români pe leadership?

„Piața se schimbă brusc, iar ceea ce obișnuiam înainte să facem nu ne mai ajută.“
(Mircea R. – manager, organizație de producție mașini-unelte)

AMPACT este o soluție integrată de diagnoză a agilității organizaționale pentru identificarea zonelor vulnerabile și de risc, de investigare, împreună cu clientul, a părghiilor de adaptare a proceselor companiei și de identificare a instrumentelor cu care se va crea forța de stabilitate pe durata creșterii.

Soluția AMPACT propune o abordare sistemică combinând eficiența instrumentelor validate de diagnoză a agilității organizaționale până la nivel de proces și angajat cu măiestria tehnicilor de coaching aplicate pe tot parcursul intervenției.

◆ AMPACT contribuie la dezvoltarea capacității de anticipare

„Suntem conștienți că trebuie să ne adaptăm rapid la contexte noi de operare, dar ne lipsesc instrumentele și cadrul structurat pentru a face acest lucru în mod natural și sustenabil.“
(Adrian N. – mediul academic)

Intervenția AMPACT nu numai că amplifică potențialul de adaptare,

dar și contribuie la dezvoltarea capacității de a anticipa, aspect esențial în crearea unui mediu favorabil pentru agilitate pe termen lung.

◆ AMPACT îți pune la dispoziție instrumentele

„Ne este greu să identificăm riscurile și să elaborăm strategii adecvate pentru a ne proteja afacerea în fața schimbărilor neprevăzute.“
(Dan S. – manager, companie IT)

Soluția AMPACT pune la dispoziție instrumentele și o structură tridimensională, cu scopul de a identifica, clarifica și gestiona barierele ascunse și riscurile, facilitând astfel crearea unui context organizațional propice pentru o paradigmă a agilității.

◆ O hartă clară a proceselor organizaționale

„Suntem conștienți că trebuie să ne adaptăm la noile cerințe ale pieței și este foarte provocator să reușim să funcționăm cât mai flexibil și fără a afecta operațiunile curente.“
(Vasile B., manager, instituție de finanțare)

Soluția AMPACT construiește o hartă clară a proceselor organizaționale și sprijină reconfigurarea rapidă a strategiei, proceselor și tehnologiilor.

◆ Instrumente de analiză și coaching

„Suntem conștienți de structura ierarhică moștenită și de supra-procedurarea operațiunilor aplicate de noi, dar nu avem o soluție de agilizare fără să afectăm funcționarea întregului.“
(Ana L., manager, retail)

Soluția AMPACT oferă instrumente de analiză structurată a proceselor companiei și coaching pentru soluționarea blocajelor identificate.

◆ AMPACT lucrează customizat, pe portofoliu de proiecte

„Waterfall, Agile, Scrum, Lean – am încercat fiecare din aceste metodologii de lucru dar niciuna nu ne oferă avantajul decisiv de care avem nevoie pentru a fi competitivi.“
(Valentin D., fondator companie IT)

Recomandările de customizare a metodologiilor de lucru pe portofoliu de proiecte fac parte din soluția AMPACT. Aceasta ține cont atât de profilul companiei, de amprenta sa culturală cât și de blocajele în cearea condițiilor de agilitate.

www.amp-act.com

0727392962- Letiția Lucescu, Ph.D.
0749023378- Nicu Bagiu, Ph.D.

Călătoria AMPACT



Oportunități de finanțare. Parteneriate. Bani europeni

Pentru a fi permanent informat asupra programelor de finanțare dedicate IMM-urilor, pentru a fi la curent cu oportunitățile care apar zilnic în lumea dinamică a business-ului și pentru a naviga mai ușor prin avalanșa de informații privind fondurile europene, Moldova Economică va publica săptămânal o sinteză, precum cea de mai jos, a celor mai importante noutăți privind finanțările. Poți avea acces la această sinteză abonându-te la newsletterul nostru care apare marțea.

GHID DE IMPLEMENTARE A PROIECTELOR REGIO

ADR Nord-Est, în calitate de Autoritate de Management pentru Programul Regional Nord-Est 2021-2027, a elaborat un „Manual al beneficiarului” în sprijinul celor interesați de procesul de implementare a proiectelor finanțate prin REGIO Nord-Est.

Ghidul conține atât informații generale privind sistemul de implementare a fondurilor europene din România și legislația aplicabilă, cât și noțiuni practice întâlnite în ciclul de viață al unui proiect: utilizarea sistemului informatic MySMIS2021 / SMIS2021+, achiziții publice, management financiar, monitorizarea contractului de finanțare, modificarea contractului de finanțare, măsuri de comunicare și vizibilitate.

Documentul se găsește pe site-ul <https://regionordest.ro/>, accesând din Meniu categoria „Documente utile”, apoi „Manualul Beneficiarului”.

OPORTUNITĂȚI DE AFACERI DIN TOATĂ EUROPA

ADR Nord-Est, în colaborare cu platforma Enterprise Europe Network (EEN), publică pe site-ul propriu oferte de colaborare adresate firmelor românești publicate de companii din întreaga Europă prin intermediul EEN. Ofertele de colaborare pot fi accesate în site-ul <https://www.adrnordest.ro/>, folosind motorul de căutare din site și dând căutare după cuvântul „EEN”.

Ce este Enterprise Europe Network?

- Este cea mai mare rețea de suport din lume pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) cu ambiții internaționale. A fost lansată de Comisia Europeană în 2008. Ajută afacerile să inoveze și să crească la nivel internațional.
 - Rețeaua este activă la nivel mondial. Ea adună experți din organizații membre recunoscute pentru excelența lor în suportul afacerilor. Administrează cea mai mare bază de date online cu oportunități de afaceri din lume.
 - Organizațiile membre includ: camerele de comerț și industrie, organizații de dezvoltare regională, universități și institute de cercetare, agenții de inovare.
 - O companie individuală nu poate deveni membru al rețelei, dar poate beneficia de serviciile pe care aceasta le oferă.
- Toate oportunitățile de afaceri, pe domenii, țări, tehnologii folosite, maturitatea afacerii etc. se găsesc pe

<https://een.ec.europa.eu/partnering-opportunities>

TREI SITE-URI ESENȚIALE

dedicate programelor de finanțare pentru IMM-urilor din Moldova.

Actualizate la zi

Oportunități de finanțare UE (gov.ro) Fonduri Structurale (fonduri-structurale.ro)

<https://regionordest.ro/apeluri-de-proiecte/>

NOUTĂȚI

- A fost publicat Ghidul final pe schema de investiții majore în industriile cu tradiție. Înscrierile încep în iulie 2024.
- Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene a publicat marți, 30 aprilie 2024, calendarul apelurilor PNRR, actualizat la data de 24 aprilie 2024.
- 32 de apeluri lansate pe programul LIFE! Depunerea de proiecte este deschisă până în septembrie 2024. ●

Ce țări au consulate onorifice în județele Moldovei

În regiunea Moldovei funcționează un consulat general, cel al Republicii Moldova, și opt consulate onorifice deschise de alte țări. Celor cinci consulate onorifice care se găsesc la Iași - al Franței, Italiei, Țărilor de Jos, Turciei și Ungariei li se adaugă Consulatul Onorific al Ciprului - de la Focșani, cel al Kazahstanului - de la Galați și cel al Republicii Coreea - de la Rădăuți.

Potrivit Ministerului Afacerilor Externe și Uniunii Consulilor Onorifici din România, activitatea consulatelor onorifice din țara noastră este reglementată de legea nr. 62 din 15 aprilie 2019, care are la bază Convenția de la Viena din 1963 cu privire la relațiile consulare între state.

Spre deosebire de oficiul consular de carieră, condus de un funcționar consular angajat și trimis în misiune în străinătate de către Ministerul de Externe al țării respective, funcționarul consular onorific este o persoană care și-a asumat cu titlu onorific această funcție, fără a fi angajat sau remunerat de statul reprezentat.

Oficiile consulare onorifice și numirea consulilor onorifici se aprobă de către ministrul afacerilor externe al țării pe care o reprezintă, iar consulatul onorific se deschide prin consimțământul autorităților statului de reședință.

Consulii onorifici îndeplinesc atribuții consulare care nu implică exercitarea autorității de stat. Mai exact, oficiile consulare onorifice nu pot acorda cetățenie, vize, pașapoarte, documente de stare civilă, nu pot transmite de acte judiciare și extrajudiciare etc. - acestea fiind atribuții pe care le pot exercita doar oficiile consulare de carieră.

Consulii onorifici au, în mare măsură, rol de reprezentare a intereselor țării respective, de promovare a acesteia în plan politic, economic, educațional, cultural, de facilitare a contactelor economice și comerciale între companiile dintre țara gazdă și cea pe care o reprezintă, de informare etc. Șefii oficiilor consulare onorifice urmează ca rang după șefii oficiilor consulare de carieră. ●

Țările care au consulate la Iași, Focșani, Galați, Rădăuți. Reprezentanți și date de contact

Cipru. Consulatul Onorific al Ciprului la Focșani
Consul Onorific: Mamas Koutsoyiannis (din 30 ianuarie 2019)
Adresa: B-dul. Unirii nr. 44, ap. 9, jud. Vrancea.
Program de lucru cu publicul: luni-vineri 09.00 - 17.00.
Tel. 0742.07.47.84
E-mail: mamas@cyprusconsulate.ro



Italia. Consulatul Onorific al Italiei la Iași.
Circumscripție teritorială: Iași, Botoșani, Vaslui, Galați și Brăila
Consul Onorific: Enrico NOVELLA (din 28 noiembrie 2016)
Adresa: Iași, Str. Cihac nr.20; **Program:** luni-vineri 09.15-13.00
Tel. +40 371 066 556;
Mobil: +40 734 693 941
E-mail: iasi.onorario@es-teri.it



Republica Moldova. Consulatul General al Republicii Moldova la Iași
Consul General: Ion Coșer
Adresa: 700127, Iași, Aleea Grigore Ghica-Vodă, nr. 60A
Tel. +40 232 22 03 15;
Mobil +40 762 788 911
E-mail: iasi@mfa.gov.md



Țările de Jos. Consulatul Onorific al Regatului Țărilor de Jos în Regiunea Nord-Est, alături de județele Covasna și Harghita
Consul Onorific: Amalia Georgescu (din 26 octombrie 2023)
Adresa: Bulevardul Chimiei 12, etaj 1 (clădirea BIOCAMP), Iași, CP 700293. **Program de lucru cu publicul:** Luni și marți 10.00 - 16.00.
Telefon: +40 758 794 795
E-mail: iasi.dutchconsulate@gmail.com



Franța. Consulatul Onorific al Franței la Iași. **Consul Onorific:** Radu GRĂDINARU (din 24 iunie 2016).
Adresa: Iași, Bd. Carol I, 700505.
Tel. +40-232 267 637
E-mail: agencecon-sulaire.iasi@gmail.com



Kazahstan. Consulatul Onorific al Kazahstanului la Galați
Consul Onorific: Petru Lificiu (din 23 noiembrie 2016)
Adresa: Galați, Str. Domneasca nr.62
Tel. +40 74-971-7293
E-mail: petru@lificiu.ro



Coreea. Consulatul Onorific al Republicii Coreea la Rădăuți
Consul Onorific: Dumitru Mihăilescul
Adresa: str. Piața Unirii, nr. 55, Rădăuți, Suceava
Tel. +40 722 396 796
E-mail: dimitru.mihalescul@consulonorific.ro



Turcia. Consulatul Onorific al Turciei la Iași
Consul Onorific: Adrian Butucă (din 25 noiembrie 2016)
Adresa: Iași, Str. Bucium nr. 34, 700265
Tel. +40-232 411 533
E-mail : adrian.butuca@polirom.at



Ungaria. Consulatul Onorific al Ungariei la Iași
Consul Onorific: Adrian Christescu (din 29 noiembrie 2016)
Adresa: Iași, Str. George Coșbuc nr.72, 700471
Tel: 0760 699 999
Tel/Fax: +40-232 277 095
E-mail: adi@estexpres.ro



Dacă ești manager, antreprenor sau interesat de leadership de business

Înțelege comportamentele oamenilor cu care lucrezi

Managerii joacă, simultan, cel puțin trei roluri: interpersonale, informaționale și decizionale, prin urmare cultivă-ți curiozitatea de a căuta și înțelege ce anume se întâmplă „în spatele scenei” oricărui comportament la locul de muncă.



Gândire rapidă, gândire lentă- D. Kahneman- o carte fără de sfârșit. O mare parte din teme se referă la intuiție, judecată evaluativă și decizii.

Daniel Kahneman ne poartă într-o călătorie inovatoare prin ascunzăturile minții și ne explică cele două sisteme care conduc modul nostru de a gândi. **Sistemul 1 este rapid, intuitiv și emoțional; Sistemul 2 este mai lent, mai deliberativ și mai logic.**

Kahneman prezintă capacitățile extraordinare – și, deopotrivă, erorile și biasurile – gândirii rapide și dezvăluie influența omniprezentă a impresiilor intuitive asupra gândurilor și comportamentelor noastre. **Impactul aversiunii față de pierdere și al excesivei încrederi de sine asupra strategiilor corporatiste**, dificultățile previziunii a ceea ce ne va face fericiți în viitor, efectul profund al biasurilor cognitive asupra mai tuturor activităților noastre, de la jocul la bursa de valori până la planificarea vacanței următoare – fiecare dintre acestea se pot înțelege numai cunoscând modul în care cele două sisteme ne modelează judecățile evaluative și deciziile noastre.



Strategia oceanului albastru- R. Mauborgne, W. Chan Kim- De obicei, elaborarea strategiei pleacă de la analiza concurenței și identificarea celei mai bune

poziționări pentru a-ți depăși competitorii. Metafora oceanului albastru deschide calea de a vedea strategia dintr-o altă perspectivă. Cum ar fi ca strategia să fie și despre crearea de noi spații în piață în care să fii unic din punctul de vedere al cumpărătorilor? În care impactul pe care îl ai este atât de semnificativ încât nu intri în competiție de piață, ci o crezi.



Probă de caracter- J. Badaracco- De la Antigona, la un șef de trib și până la un regizor hollywoodian traversezi o selecție literară în jurul a opt întrebări esențiale pentru lideri. Cartea reprezintă, în fapt, manualul unui modul MBA la Harvard Business School. Badaracco examinează opt provocări universale cu care se poate confrunta un lider, prin intermediul unor povești celebre: P prezentând dileme clasice ale leadership-ului într-o lumină intensă și inovatoare, Probă de caracter îi ajută pe liderii confirmați și deopotrivă pe cei potențiali să se pregătească pentru ocaziile și încercările care îi așteaptă.



Gândirea de tip cutie neagră- M. Syed- îți așează în fața propriului ego o opțiune dificilă și amenințătoare: aceea de a recunoaște teama de eșec. Care este legătura dintre echipa Mercedes de Formula 1 și Google? Care este conexiunea dintre TeamSky a Lui David Brailsford și

industria aviatică? Ce au în comun inventatorul Dyson și jucătorul de baschet Michael Jordan?

Toate au în comun gândirea de tip „cutie neagră”.

Fie că e vorba de dezvoltarea unui produs nou, de perfecționarea unei abilități de bază sau de luarea unei decizii critice, gânditorii de tip cutie neagră nu se tem să-și înfrunte greșelile, ci văd eșecurile ca pe un mod foarte bun de a învăța. Mai degrabă decât să își nege greșelile, să dea vina pe alții sau să își acopere urmele, aceste instituții sau indivizi analizează greșelile ca parte a strategiei lor de a avea succes. Câți dintre noi pot spune, cu mâna pe inimă, că au o relație atât de sănătoasă cu eșecul?



Freedom Inc. C. - B. Carney, I. Getz- un manifest pentru încredere, fenomenul care îmbină în business libertatea cu excelența. Eliberarea companiilor nu este o strategie. Este o filosofie de afaceri pe care nenumărați lideri din întreaga lume o folosesc pentru a-și transforma organizațiile în mod radical. **Liderii eliberatori cred că un loc de muncă bazat pe respect și libertate este un mediu de lucru mai natural decât unul bazat pe neîncredere și control, așa că au încercat să-și organizeze companiile conform acestor credințe: au eliberat inițiativa și potențialul angajaților și, astfel, au dezlănțuit performanțele organizațiilor lor.**

Cărți recomandate de Letiția Lucescu PhD, diagnoza agilității organizaționale- AMPACT

Partenerii

proiectului de publishing de business regional Moldova Economică

PARTENERI STRATEGICI:

focality

IULIUS

KOSAROM
SAVUREAZĂ DIFERENȚA®

UNIREA
TOWERS

ELECTRA GROUP

AVINCI

fereastră.ro

MUSE

PARTENER DE MOBILITATE

PARTENER DE VIZIBILITATE

PARTENER DE DISTRIBUTIE

PARTENER DE PRODUCȚIE

SUV-CARS.RO

POINT
DIGITAL

FAN

printco

PARTENERI SPECIALI:

ADR
Agencia pentru Dezvoltare Regională
NORD-EST

CAMERA DE COMERȚ
ȘI INDUSTRIE
IAȘI

CCOC
Camera de Comerț și Industrie Bacău



FABLAB
IAȘI

bizz.club
BY BUSINESS NETWORKS
IAȘI

PERFORMERS by
bizz.club | IAȘI

AMPACT
YOUR MULTI-BRAND, COOK, TRAVELER

AFACERI.RO

Consulatul Regatului
Țărilor de Jos

Consulatul
Franței la Iași

Consulatul Republicii
Moldova la Iași

PARTENERI ADMINISTRATIVI

DTD
DTD ACCOUNTING ADVISORS
SOLUTIONS. SMART. SECURE.

ANTREPRENOR

PARTENERI MEDIA

CURSDEGUVERNARE

agr
inteligenta

TB

Transilvania
Business

PINmagazine.ro

1200
+10
999

Obiectiv
liderul presei sucevene

Monitorul
www.monitorulbt.ro

Ziarul de Vrancea
Ziua speranței și așteptării



SAVUREAZĂ DIFERENȚA[®],



PRODUSE
AUTENTICE
ROMÂNESTI

quality is in our name

focality

DES CŌ PERĂ

cum un lider îți poate oferi soluții mai bune
pentru rezultate impecabile.



**totul începe cu
o conversație:**

office@focality.ro
focality.ro