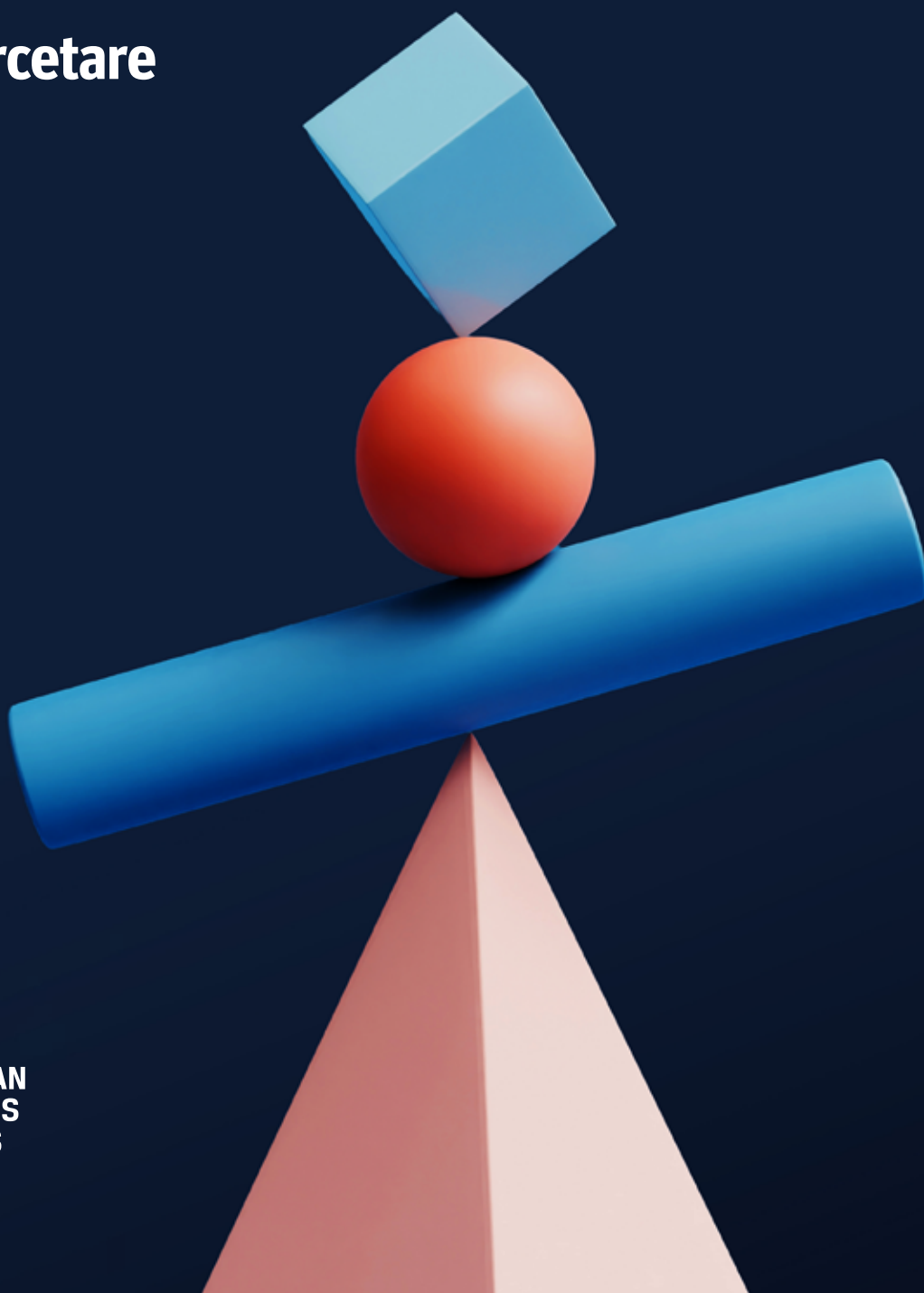


CONFIDEX S2 2025

Raport de cercetare



În parteneriat cu



ROMANIAN
BUSINESS
LEADERS



Agista



Rocax



CITR



IMPETUM
INVESTMENTS

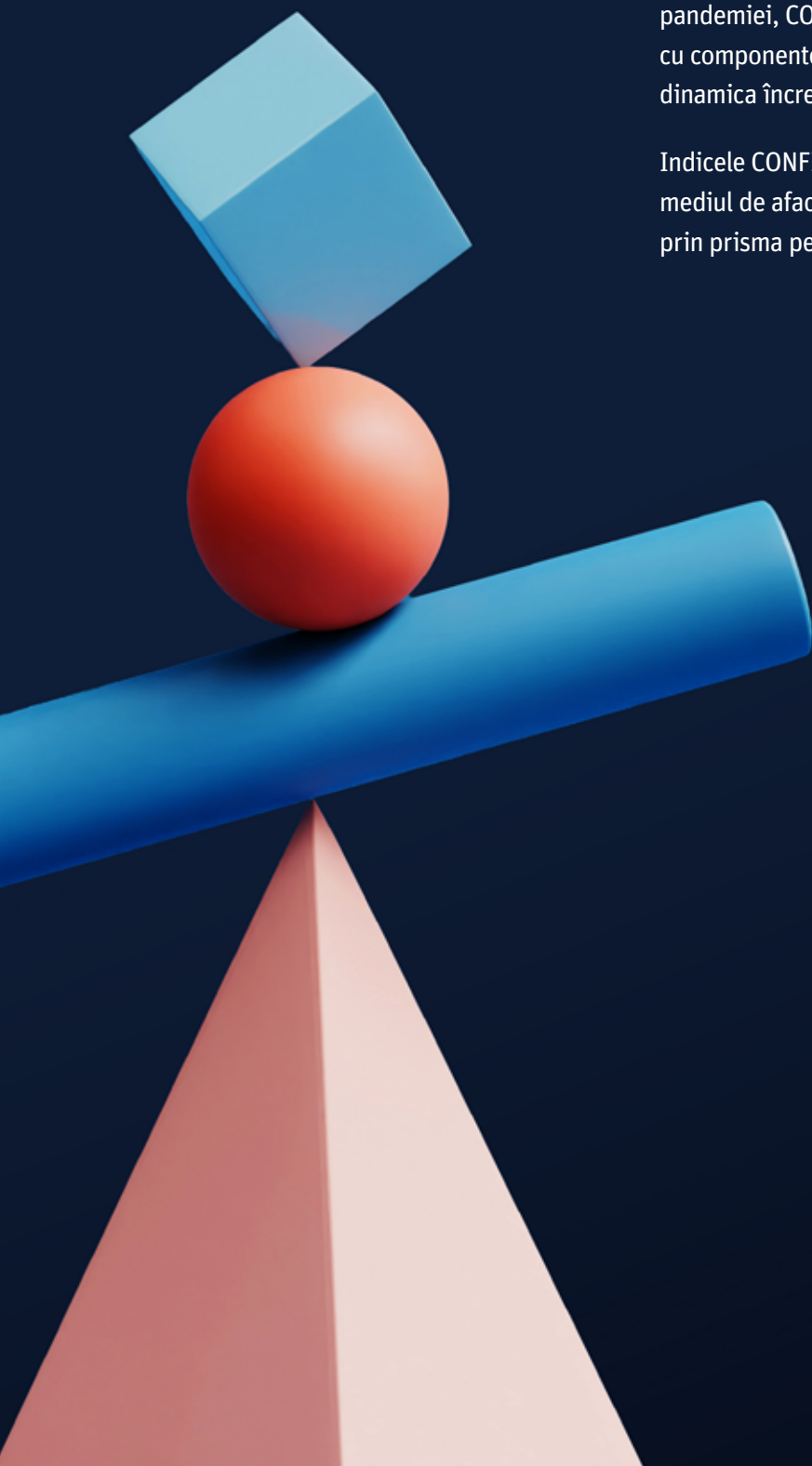


FUNDAȚIA
IMPETUM

CONFIDEX este cel mai amplu studiu bazat pe răspunsuri din partea unei comunități de **peste 4.500 de antreprenori și oameni de afaceri**, formată în jurul acestui demers în cei 6 ani de desfășurare continuă. Studiul acoperă principalele **8 sectoare de business** din România și urmărește încrederea în economie a celor mai relevanți actori din mediul antreprenorial și managerial.

Inițiat în 2020 ca barometru economic în contextul pandemiei, CONFIDEX a devenit o cercetare riguroasă cu componente cantitative și calitative, care surprinde dinamica încrederii și percepțiile de risc și oportunitate.

Indicele CONFIDEX reflectă în timp real tendințele din mediul de afaceri, anticipând posibile schimbări economice prin prisma percepțiilor celor mai activi lideri din economie.





Andrei Cionca
CEO Impetum Group
Inițiatorul CONFIDEX



Intrând în al șaselea an de documentare a evoluției încrederii mediului de afaceri din România, CONFIDEX se afirmă astăzi ca un instrument mai necesar ca oricând, într-un context dominat de incertitudini economice și fiscale persistente. Dincolo de presiuni și de volatilitatea mediului extern, se conturează însă un semnal esențial: mediul de business românesc a ajuns la un nou nivel de maturitate.

Această maturizare este reflectată de reziliența cu care antreprenorii români gestionează instabilitatea globală și lipsa de predictibilitate a cadrului intern în care operează. Este vizibilă în încrederea crescută în propriile capacități, în valoarea parteneriatelor și în asumarea unui rol activ în societate, chiar și în absența unor repere instituționale solide.

Nu în ultimul rând, creșterea încrederii în Guvern indică o înțelegere lucidă a faptului că echilibrarea macroeconomică

presupune inclusiv decizii dificile. Diferența dintre percepția asupra economiei și încrederea în propria companie nu semnaleză un blocaj. Nu este un moment de freeze, ci unul de fight.

Antreprenorii sunt pregătiți mental să meargă mai departe, chiar și într-un context advers, conștienți că stabilitatea pe termen lung se construiește prin adaptare și consecvență.

Corelând percepția cu realitatea economică, concluzia este certă: nevoia de capital, dublată de maturizarea accelerată a antreprenorilor, transformă reziliența de astăzi în terenul fertil pentru investițiile

de mâine. Nu suntem doar în fața unui prag, ci în fața unui moment de cotitură: depășirea acestuia va marca trecerea României într-o nouă etapă de maturitate și expansiune economică.

Florian Libocor

PhD, Economist



Raportul Confidex S2 2025 sugerează că acest an va fi un an în care prudența și adaptarea vor fi două dintre caracteristicile esențiale ale mediului de afaceri din România. Gestionarea riscurilor și menținerea stabilității sunt preocupările de bază pentru companiile românești, în pofida abordărilor care să vizeze expansiuni agresive ale afacerilor.

Scăderea indicelui trebuie citită cu precauție. Chiar dacă indică o tendință de încetinire a activității economice, nu constituie o certitudine a unei contracții economice. Riscul unei recesiuni economice, despre a cărei probabilitate s-a mai vorbit articulat și argumentat în trecutul recent, există, dar asta nu presupune implicit și materializarea lui cu certitudine. Prin urmare, dacă actuala abordare accentuată prudentă a companiilor se va menține, iar măsurile de corecție fiscală vor reuși să refacă și să mențină echilibrul fiscal, evitarea unei recesiuni severe este cel mai probabil scenariu. Dacă, totuși, apar șocuri externe sau o încetinire a economiei europene, probabilitatea ca riscul unei recesiuni în 2026 să se materializeze ar putea crește.

Privind către trecutul recent, ultima provocare majoră pentru economia globală, a fost generată

de **pandemia Covid19** (declanșată în România, în februarie 2020). Chiar dacă avem un context diferit, există câteva similitudini. Spre exemplu, precum și în perioada pandemiei, putem observa o **prudență crescută** din partea antreprenorilor și o concentrare accentuată pe **gestionarea riscurilor**. Incertitudinea are un rol important în ambele situații, iar companiile încearcă să își conserve sau sporească flexibilitatea/adaptabilitatea și acordă o atenție mult mai mare la costuri.

Pe de altă parte, reacția statului este una diferită, în linie cu obiectivele, diferite la rândul lor. În 2020 sursa crizei a fost una sanitară iar obiectivul statului a fost de a susține economia cu orice preț. Acum sursa crizei este o deteriorare accentuată a bugetului pe ambele axe (venituri și cheltuieli) iar obiectivul este refacerea stabilității fiscale cu orice preț. Există o relație de cauzalitate între cele două situații, însă nu una exclusivă, tot la fel cum există similitudini în comportamentul companiilor (de ex. atitudinea prudentă etc), dar cele două situații au nuanțele lor specifice.

O analiză comparativă relevă câteva similități și diferențe între cele două momente (2020 și 2025).

În ambele situații mediul de afaceri s-a confruntat cu o incertitudine generală și a reacționat prin prudență și ajustarea operațiunilor. Sentimentul pregnant de incertitudine la nivelul pieței a crescut dificultatea planificărilor pe termen lung.

Antreprenorii au devenit mult mai prudenți, ceea ce a condus la o accentuare a tendinței de a evita riscurile mari și de a se concentra pe consolidarea stabilității.

Companiile au fost presate să își ajusteze modelele de business, să acorde o atenție sporită digitalizării, cu scopul final clar de a-și crește nivelul de reziliență.

Pe de altă parte, în 2020 sursa crizei economice era una de natură sanitară iar măsurile s-au concentrat pe preservarea sănătății publice, în timp ce acum cauza se află în sfera incertitudinilor economice (fiscale și inflaționiste) și geopolitice. Aceste aspecte explică și natura intervenției statului: i) – în 2020, măsuri directe de sprijin, subvenții și programe de susținere, ii) – în 2025, intervenții orientate preponderent spre gestionarea stabilizării fiscale și a inflației, fără acea componentă de sprijin punctual.

Date fiind lecțiile din perioada pandemiei, este de așteptat ca, în prezent, companiile să fie mult mai pregătite pentru a naviga într-un mediu volatil, ceea ce le poate permite o adaptare mai facilă, mai rapidă și, totodată, cu o atenție mai mare asupra aspectelor economice.

Concluzii principale

01.

Evoluția indicelui Confidex



Agricultura și IT-ul sunt domeniile cele mai pesimiste, în timp ce Serviciile și Comerțul sunt cele mai optimiste.

Indicele CONFIDEX a scăzut de la 51,3 la 47,2, comparativ cu ediția precedentă, semnalând o scădere a încrederii în economia națională la nivelul mediului privat de business. Această diminuare reflectă o percepție mai prudentă a antreprenorilor și investitorilor, influențată de instabilitatea politică și economică la nivel internațional.

Deși mediul de afaceri rămâne activ, există o reticență mai mare în luarea deciziilor investiționale și o nevoie crescută de claritate și stabilitate din partea autorităților, pentru a stimula încrederea și dezvoltarea pe termen lung. 78% dintre manageri consideră că, în următoarele șase luni, contextul legislativ și fiscal va fi mai puțin prietenos pentru afaceri.

02.

Deși majoritatea managerilor adoptă o atitudine precaută față de evoluția economică, optimismul privind viitorul rămâne relativ constant, iar încrederea în propriile companii și sectoarele în care activează rămâne ridicată. Aceștia anticipează o scădere a inflației și o depreciere a leului, dar se așteaptă și la reducerea investițiilor publice și la un context legislativ și fiscal mai puțin prietenos.

Situația reflectă o economie marcată de incertitudini și riscuri potențiale, precum instabilitatea politică și fluctuațiile pieței. Cu toate acestea, managerii continuă să identifice oportunități de creștere și adaptare, demonstrând reziliență și capacitate de planificare strategică chiar și într-un mediu instabil.

03.

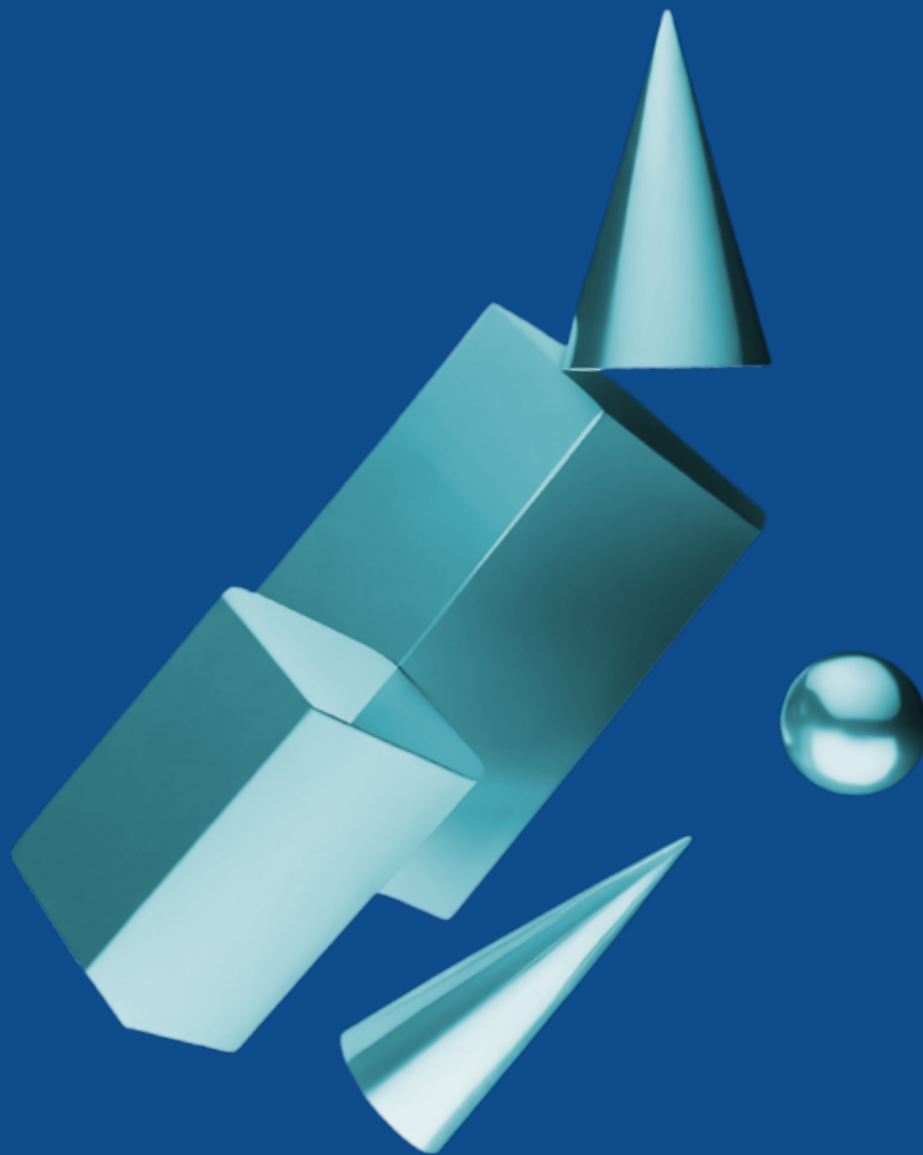
Managerii își vor concentra atenția pe stabilitatea și dezvoltarea afacerilor, prioritizând creșterea vânzărilor, digitalizarea companiei și îmbunătățirea relațiilor cu clienții, în timp ce promovarea și vizibilitatea devin tot mai importante ca modalitate de a atrage atenția asupra beneficiilor serviciilor și produselor oferite.

Investitorii sunt percepuți ca fiind competenți și contribuind la stabilitatea companiilor, deși există rezerve privind încrederea pe termen lung și alinierea intereselor.

Antreprenorii sunt văzuți ca persoane care își asumă riscuri, contribuie la societate și urmăresc independența financiară, având un rol semnificativ în dezvoltarea mediului de afaceri, imaginea lor generală fiind pozitivă și orientată spre inovare și impact social.

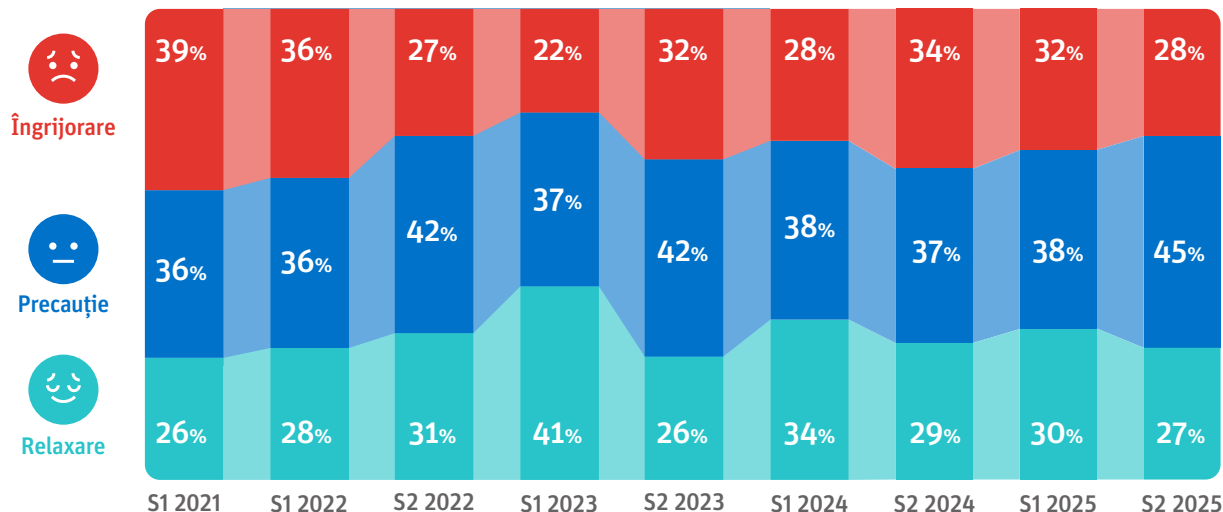
01.

Atitudinea rezervată a antreprenorilor



Modul în care mediul de business se raportează la potențialul de evoluție a economiei naționale rămâne mai degrabă precaut și îngrijorat, comparativ cu edițiile anterioare.

În ciuda instabilității cu care se confruntă, antreprenorii și managerii locali rămân mai degrabă rezervați atunci când vine vorba despre evoluția economiei locale. Singura cale este aceea de a merge înainte, iar pentru aceasta este necesar să nu cedeze în fața unei atitudini pesimiste.

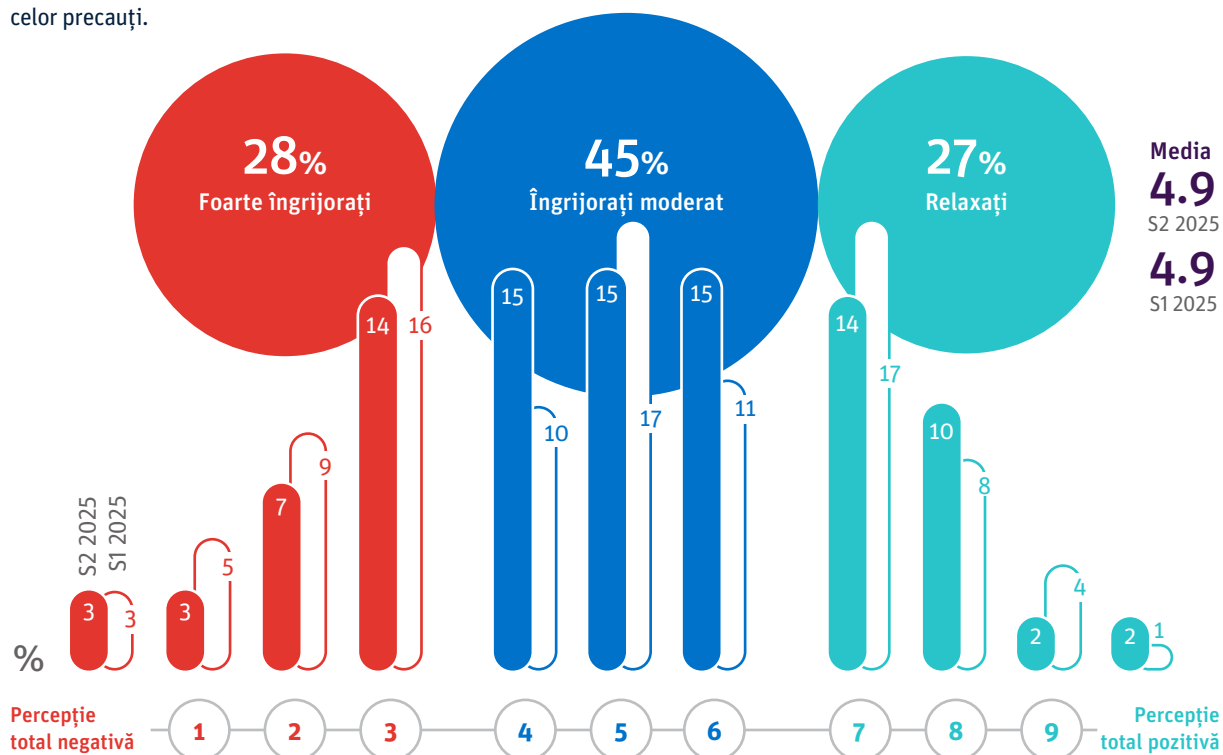


? Pe o scală de la 0 la 10, unde 0 înseamnă că sunteți foarte îngrijorat, iar 10 – foarte relaxat – cu privire la modul în care evoluează economia națională, unde vă situați?

Scorurile rămân constante la finalul anului 2025, față de începutul anului 2025.

Chiar dacă situația politico-economică rămâne incertă, iar oamenii de business sunt mai precauți, afacerile nu își opresc motoarele, considerând că, acolo unde există riscuri, există și oportunități.

Se observă o descreștere – chiar dacă nu dramatică – a celor relaxați cu privire la economie, în timp ce crește numărul celor precauți.



? Pe o scală de la 0 la 10, unde 0 înseamnă că sunteți foarte îngrijorat, iar 10 foarte relaxat cu privire la modul în care evoluează economia națională, unde vă situați?

Antreprenorii și managerii locali tind să manifeste prudență din cauza gradului ridicat de incertitudine la nivel internațional, însă, pe de altă parte, au încredere în capacitatea business-urilor locale de a-și continua activitatea.

România este văzută în continuare ca o economie cu potențial de creștere. Este adevărat că societatea actuală este din ce în ce mai provocatoare, iar incertitudinea – nu doar la nivel național (corupție, fiscalitate etc.), ci și internațional – a devenit o stare de fapt. Totuși, tocmai pentru că business-urile locale navighează de ani de zile prin acest mediu lipsit de predictibilitate, antreprenorii locali au dezvoltat un grad mai mare de încredere în propriile forțe. Aceștia consideră că au devenit mai rezilienți și mai calculați în timp și că tipul de afaceri de tip „bișniță” este în scădere.

În același timp, ei consideră că business-urile locale dau dovadă de multă creativitate, fiind orientate spre inovare și spre găsirea de soluții. Prin urmare, chiar dacă sunt obosiți și se confruntă cu diverse provocări, antreprenorii și managerii locali preferă să se concentreze pe planurile lor și nu doar să se plângă de greutate, orientându-se spre găsirea de noi piețe, noi clienți și modalități mai bune de a promova serviciile cu valoare adăugată oferite. Antreprenorii cu care am discutat au încredere că business-ul lor va continua nu doar să existe, ci și să crească.

CEO OPINIONS

“*Economia României nu poate decât să se ducă în sus. E cumva un aspect demonstrat de-a lungul anilor, că economia a mers în sus chiar dacă guvernul se schimbă sau nu, corupția stagnează sau nu.*”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“*E mai bine acum și cred că va fi ceva mai bine în perioada următoare. Deja încep să apară niște reforme, s-au făcut mici mișcări și pare că e într-un trend bun. Sunt propuneri legislative care vin ca o reformă și duc la deblocarea unor sume din PNRR. În plus, avem câteva luni de stabilitate, inclusiv politică, ceea ce contează foarte mult pentru că aduce și un rating de țară mai mare, ceea ce, la rândul lui, presupune și un capital străin mai mare în business-ul din România. Și atunci, probabil, investițiile vor fi un pic în creștere în perioada următoare, dar sunt încă multe de făcut.*”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“*Trebuie să începem să fim atenți la zona politică și am trecut, într-un an de zile, prin niște dușuri reci, cu o presiune crescândă, atât în Est, cât și în Vest, și mai ales peste ocean, care a dat peste cap lumea.*”

Ion Lixandru, CEO Romtrailer

“*E greu să fi predictibil când cineva poate decide să crească taxele cu 100% într-o zi... sau când ai rachete la tine în teritoriu.*”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“*E din ce în ce mai greu să creezi un business plan pe termen lung cu atâta volatilitate în piață.*”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“*Nu ai cum să rezisti foarte mult dacă nu oferi valoare, dacă doar iei dintr-o parte ca să vinzi în alta.*”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“*Stai și îți faci socotelile exact ca un gospodar care știe că din șapte recolte vei avea trei mai puțin bune și una proastă, pentru că așa este natura. Trebuie să te pregătești, să îți formezi o educație pentru reziliență, nu ca cei care, dacă au avut un an bun, cheltuie tot ce au agonisit.*”

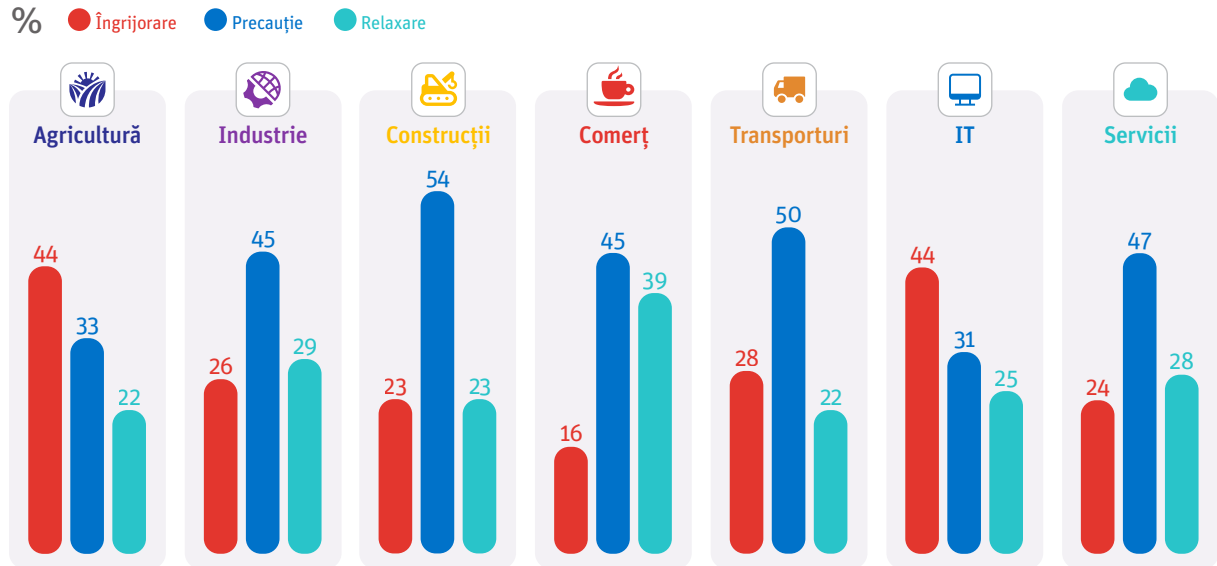
Ion Lixandru, CEO Romtrailer

“*Noi suntem inventivi și considerăm că sunt multe business-uri care depășesc anumite norme și limite, care găsesc soluții.*”

Ciprian Harabagiu, Decalex

Părerile legate de modul în care evoluează economia națională, în funcție de domeniu

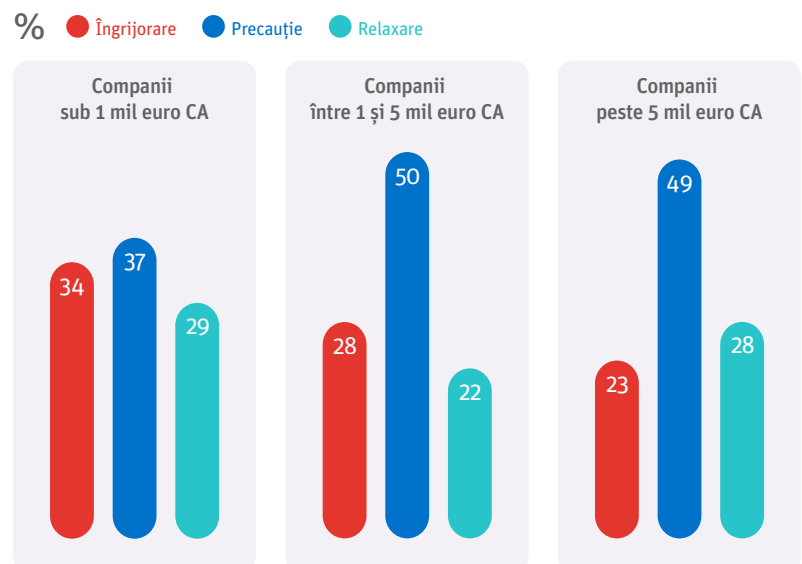
Comerțul și Industria sunt sectoarele cele mai pozitive și echilibrate la finalul anului 2025. Construcțiile și Transporturile rămân în mare parte precaute, în timp ce IT-ul și Agricultura sunt mai pesimiste, în special din cauza impactului AI-ului și a condițiilor meteo.



? Pe o scală de la 0 la 10, unde 0 înseamnă că sunteți foarte îngrijorat, iar 10 foarte relaxat cu privire la modul în care evoluează economia națională, unde vă situați?

Părerile legate de modul în care evoluează economia națională în funcție de domeniu

Comaniile mari sunt cele mai optimiste, având cea mai scăzută rată de îngrijorare, în timp ce companiile mici sunt mai degrabă precaute sau îngrijorate, fiind mult mai ușor de destabilizat din cauza resurselor limitate și a unei capacități mai reduse de a absorbi șocurile economice.



? Pe o scală de la 0 la 10, unde 0 înseamnă că sunteți foarte îngrijorat, iar 10 foarte relaxat cu privire la modul în care evoluează economia națională, unde vă situați?

**Servicii**

Se confruntă cu provocarea legată de faptul că, în timpuri de incertitudine, companiile sunt mai puțin dispuse să investească, în special în servicii care, la prima vedere, poate nu aduc beneficii imediate. Totuși, business-urile din acest domeniu simt că există în continuare mult potențial de creștere, tocmai pentru că este un sector încă insuficient dezvoltat în România (nu avem multă „tradiție”), iar prin urmare există încă mult loc de creștere.

“Din perspectiva mea, zona de consultanță va crește pe toată piața. Nu este ca în cazul unui război comercial pe produse, unde contează prețul. Când vorbim de consultanță și de un know-how greu replicabil, inclusiv la nivel de AI, este clar că nu are cum să scadă.”

„Cei care vin din spate sunt copiii creșcuți de antreprenori, care înțeleg valoarea consultanței și a serviciilor. Nu mai este același individualism care caracteriza antreprenorul din România și care știa el să le facă pe toate sau nu ceda controlul.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

**IT**

Un sector destul de afectat în ultima perioadă, nu doar din perspectiva schimbărilor la nivel fiscal, ci și din cauza apariției AI-ului.

Mai mult, nivelul mai scăzut de investiții a afectat zona de start-up-uri din domeniul tehnologiei și IT.

Încă există deschise zone de oportunități, cu atât mai mult cu cât România este un hub de oameni creativi și există o diversificare a tipurilor de investiții în start-up-uri.

**Energie**

Un domeniu cu potențial de creștere, mai ales în contextul geopolitic actual.

Pe de altă parte, lipsa de sprijin instituțional poate diminua șansele României de a deveni un jucător important în zonă sau de a capitaliza oportunitățile actuale:

“Companiile, în special din industrie, au conștientizat că eficiența energetică și reducerea unor costuri din această zonă energetică sunt benefice.

Apoi, dacă este să vorbim de sistemul public și de sistemul de utilități din zona publică, și aici se observă o creștere. În afară de această tendință pozitivă de a investi într-o energie mai eficientă, există și fondurile PNRR. Dacă ne gândim geopolitic, la nivel european sau la vecinii noștri, probabil că în perioada următoare vor exista destul de multe proiecte realizate împreună cu aceștia.

Deși ar trebui să existe mai mult sprijin instituțional, pentru că, dacă ești de unul singur, este dificil să dezvolti o linie de business orientată către export.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

**Transporturi**

Un domeniu care, în sine, este destul de puțin ofertant, în condițiile în care nu există capacitatea de a dezvolta linia de business adiționale sau parteneriate.

Altfel, este un domeniu destul de expus, dependent de trendurile și reglementările internaționale:

“Industria transporturilor a trecut printr-o perioadă relativ stabilă, fără șocuri majore pentru companiile bine organizate și cu experiență. Principalele provocări au fost lipsa de personal, în special șoferi, și presiunea tot mai mare din partea reglementărilor europene, care încurajează reducerea transportului rutier pe distanțe lungi.

Transporturile depind puternic de evoluția economiilor vest-europene, mai ales de Germania, iar încetinirea industriei automotivă se resimte direct. Dacă Germania pune frânele în automotive, România suferă crunt. Transporturile și logistica simt imediat.”

Ion Lixandru, CEO Romtrailer

În ultimele 6 luni, pentru 40% dintre managerii români, situația companiei lor s-a înrăutățit.

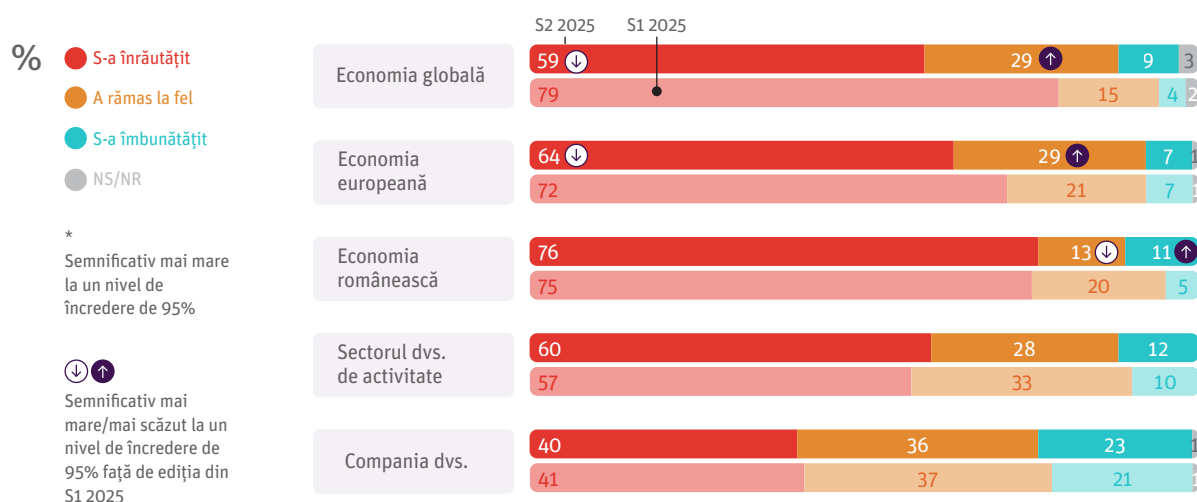
Optimismul față de starea economiei este în scădere. Majoritatea managerilor se declară nesatisfăcuți de evoluția propriilor companii, fie din cauza deteriorării, fie a stagnării acestora, și manifestă o viziune

pesimistă atât asupra economiei sectorului în care activează, cât și la nivel național, european și global, percepția generală fiind că situația economică s-a deteriorat sau a rămas neschimbată.

Totuși, cel mai mic grad de îngrijorare apare atunci când se referă la propriul business, asupra căruia au sentimentul că îl pot controla, că depinde de ei să facă diferența în piață și să adopte o strategie câștigătoare:

“Dacă este să mă uit la noi, inovația, modul nostru de lucru, faptul că abordăm domeniul diferit, că ne axăm nu pe soluții, ci pe modul în care implementezi anumite soluții, plecând de la obiective de business, sunt esențiale. Și atunci noi generăm ROI.”

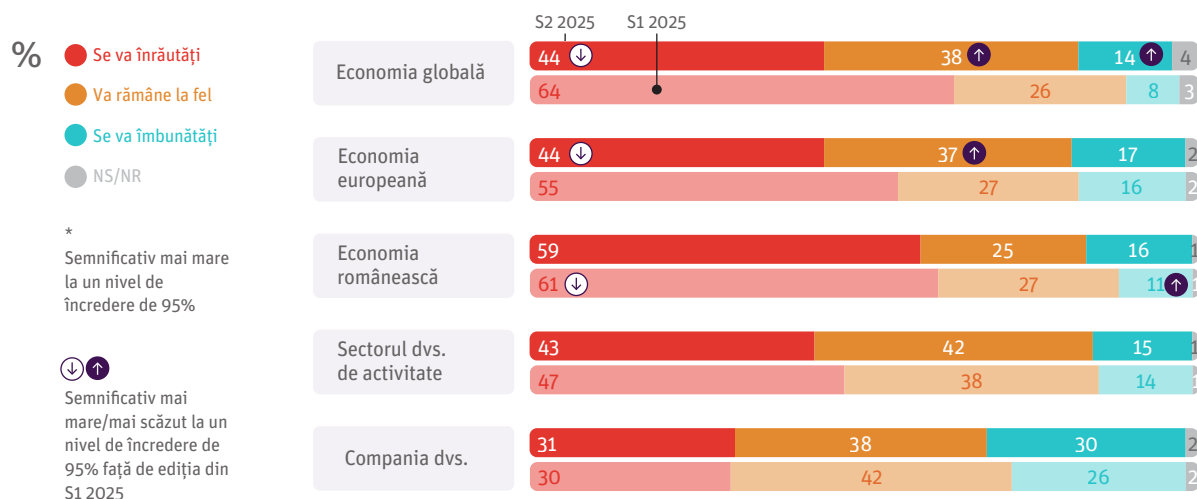
Ciprian Harabagiu, Decalex



? În opinia dvs., în ultimele 6 luni, starea lucrurilor din...

În următoarele 6 luni, majoritatea managerilor consideră că va exista o evoluție constantă la nivelul propriei companii.

Un număr semnificativ mai mic de manageri consideră că situația economiei globale și europene se va înrăutăți, în timp ce semnificativ mai mulți sunt de părere că aceasta va rămâne constantă sau chiar se va îmbunătăți, chiar dacă își mențin o viziune rezervată, precaută asupra economiei românești.



? Cum credeți că va evolua în următoarele 6 luni starea lucrurilor din...?

Antreprenorii și managerii locali își păstrează o atitudine mai degrabă rezervată cu privire la economia europeană, văzută ca fiind, la rândul ei, supusă unor presiuni constante.

Pe de o parte, presiunile de la nivel internațional sunt percepute ca oferind Europei oportunitatea de a se consolida și de a ieși din amorțeala și starea de confort în care se complăcuse. Pe de altă parte, evenimentele globale pot afecta oricând economia europeană. La nivelul economiei locale, în ciuda dezamăgirilor legate de problemele din justiție, lipsa digitalizării și alte disfuncționalități, oamenii de business se așteaptă la un impact mai degrabă pozitiv al investițiilor europene în România, în special în domenii precum military & defense și infrastructură.

Totuși, este posibil ca micro-antreprenorii să resimtă mai puțin aceste beneficii, astfel încât efectele să nu fie uniform distribuite în mediul de business privat. Chiar și în acest context, antreprenorii își păstrează încrederea în capacitatea proprie de a-și conduce afacerile spre creștere, deși sprijinul instituțional ar putea oferi un impuls suplimentar business-urilor locale. Soluția la orice criză nu este blocajul sau autocompătimirea, ci accelerarea eforturilor și adaptarea.

CEO OPINIONS

“E clar că modelul de business este într-o perioadă de schimbare anii aceștia. Și atunci, cred eu că, în momentul de față, suntem într-o mică scădere, dar ar trebui să-și revină în perioada următoare. Sunt anumite linii de business care scad și cresc altele.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“Nu știu să spun la nivelul economiei europene, e complicat, intervin factori precum războiul, ce se întâmplă acum cu America, cu Venezuela etc. Plus că UE reprezintă un cumul al economiilor și vorbim de țări care erau pe val și scad și țări ca a noastră, care sunt pe creștere, dar mai mică în valoare absolută (10% la 1 milion nu e la fel cu 10% scădere din 20 de miliarde). Și de aceea cred că este o perioadă provocatoare.”

Ion Lixandru, CEO Romtrailer

“Va exista o creștere a tot ce înseamnă military & defense și va fi o creștere a sumelor care vor intra în țară și care vor fi alocate în direcția aceasta. Vor fi și fonduri europene care vor veni în țară, multă infrastructură locală a fost construită și va fi construită în continuare – pentru că, la război, ai nevoie de infrastructură. Dar este posibil ca pentru micro-antreprenori (de exemplu, pensium) să fie mai puțin bine și să resimtă mai puțin aceste tipuri de fonduri și investiții care intră în țară. Deci, pentru unii va fi bine, dar nu știu dacă le vom simți noi, mediul de business privat, în mod efectiv.”

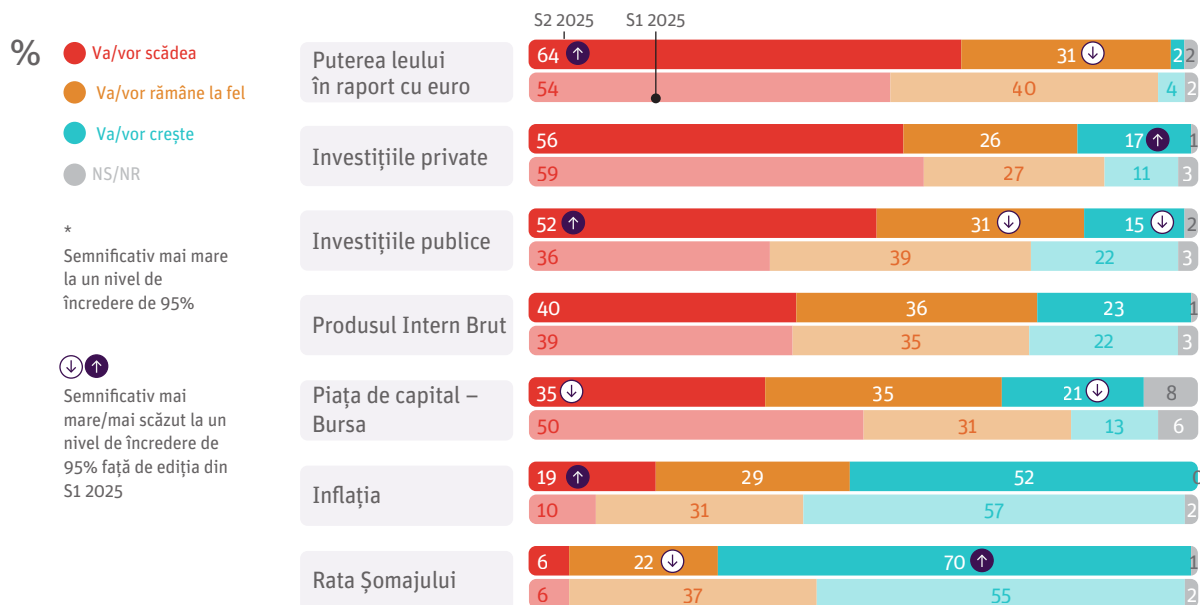
Ciprian Harabagiu, Decalex

“În momentul de față, România, cred eu, are o capacitate foarte bună de a exporta, de la produse foarte simple din industria viticolă până la servicii IT și poate chiar servicii energetice. În domeniul în care eu lucrez momentan, noi am început și ne-am extins și în afara țării, avem divizii și în Europa. Dar eu cred că am putea dezvolta foarte multe servicii în zona balcanică. Însă încă nu sunt create pârgurile de business. De cele mai multe ori, companiile private cu capital românesc își creează propriile pârguri. Nu există un model care să te sprijine sau care să-ți deschidă niște linii de business pe care tu să poți activa. Din perspectiva mea, nu există sprijin și, totuși, dacă ești de unul singur, e dificil să dezvolti o linie de business către export.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

Peste jumătate dintre manageri estimează că investițiile private vor scădea în următoarele șase luni, la fel ca la începutul anului.

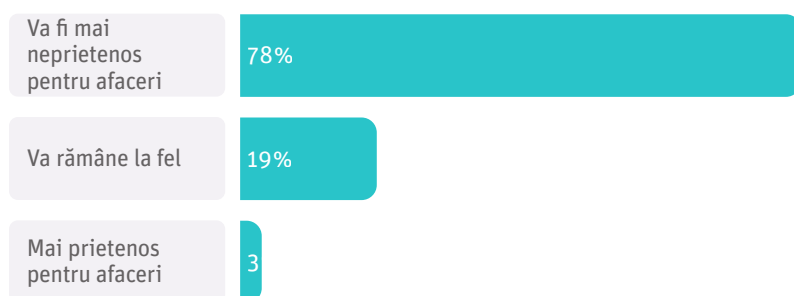
Managerii români anticipează o scădere a puterii leului față de euro în următoarele șase luni, alături de o creștere continuă a ratei șomajului și o diminuare a investițiilor publice.



? În următoarele 6 luni, cum credeți că vor evolua în România...?

Viziunea managerilor despre contextul legislativ și fiscal este una sumbră.

Marea parte a managerilor consideră că, în următoarele șase luni, contextul legislativ și fiscal va fi mai puțin prietenos pentru afaceri, iar doar 3% cred că va deveni mai favorabil.



? Credeți că în următoarele șase luni contextul legislativ și fiscal cu impact direct asupra activității companiilor va fi:

Oamenii de business locali nu anticipează schimbări dramatice la nivelul principalilor indicatori economici, în special în ceea ce privește PIB-ul și inflația.

Antreprenorii și managerii locali își păstrează, în mare măsură, o atitudine mai degrabă rezervată atunci când discută despre indicatorii economici ai României, mai ales despre cei care pot semnaliza o creștere semnificativă a economiei locale.

PIB: În general, este estimată o creștere care poate proveni din diverse surse (investiții, creșterea prețurilor sau a valorii serviciilor etc.). Totuși, există o atitudine sceptică referitoare la cât de „sănătoasă” sau reală este această creștere.

Inflație: Este estimată ca fiind relativ constantă sau chiar în scădere, pe de o parte din cauza faptului că nu mai poate fi susținută o creștere accelerată și, pe de altă parte, în contextul anunțării unei serii de investiții din fonduri europene și, în scenariul ideal, al reluării investițiilor private.

Piața forței de muncă: Nici în acest caz nu se observă schimbări semnificative față de primăvara anului 2025. Există în continuare disponibilizări, în special la nivelul angajaților white collar, ceea ce oferă un acces mai mare la candidați. În schimb, în zona blue collar se menține deficitul de forță de muncă, care trebuie acoperit prin import de personal, deși, la nivel ideal, rămâne dezideratul de a dezvolta angajați pregătiți local, prin investiții în educație și formare.

Investițiile: Și în acest caz predomină o atitudine rezervată. Este clar că se anunță o creștere a investițiilor, inclusiv prin deblocarea anumitor fonduri PNRR; totuși, concentrarea acestora pe sectoare precum apărare/militar sau energie poate însemna un impact mai redus la nivelul unei părți mai largi a populației.

CEO OPINIONS

“ PIB-ul va crește, oarecum ușor artificial, prin creșterea valorii pe care o cerem pe lucruri și, bine, mai creștem și pe anumite sectoare precum energia. OK, PIB-ul va crește, dar nu știu cât de profitabil va fi, nu știm cum vom sta cu deficitul.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“ Pe undeva trebuie să se întâlnească cererea cu oferta.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“ Dacă ne uităm și pe prognozele de la nivel european, normal ar trebui să se stabilizeze. Practic, ar trebui să fie investiții, investițiile e posibil să crească.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“ Acum, ce fel de angajați, cât de bine pregătiți sunt, este o altă discuție.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“ Cred că noi, ca și companie care activează în domeniul energetic, vom crește, pentru că sunt toate cerințele de la nivel european la care trebuie să ne aliniem și noi, România, ca să nu riscăm un infringement, și atunci sunt foarte multe investiții.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“ Pentru țară fondurile vor fi mai mari, dar nu știu dacă le vom simți chiar în mod direct în mediul privat de business sau la nivel de micro-business.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

Managerii români afișează în continuare o atitudine mai degrabă rezervată referitor la evoluția economiei și a investițiilor în următoarele 6 luni.

- Deși majoritatea managerilor adoptă o **atitudine precaută față de evoluția economică**, nivelul de optimism privind viitorul acesteia a rămas relativ constant comparativ cu anul anterior, doar 27% declarându-se relaxați în legătură cu situația economică din România, ușor în scădere față de începutul anului 2025.
- Această tendință reflectă **percepția unei economii marcate de incertitudini și riscuri potențiale, precum instabilitatea politică sau fluctuațiile pieței**. Cu toate acestea, încrederea în propriile companii și în sectoarele în care activează sugerează că managerii continuă să identifice oportunități de creștere și adaptare, chiar și într-un climat economic instabil.
- Managerii **anticipează o scădere a inflației și în acest an (19%)**. Totodată, 52% dintre aceștia (față de 36% în S1 2025) se așteaptă la o scădere a investițiilor publice, iar 64% prevăd o depreciere a leului față de euro.
- Cu toate acestea, **sunt mai încrezători, comparativ cu S1 2025, în ceea ce privește economia românească și economia globală**. Pe de altă parte, consideră că economia europeană va rămâne la același nivel.
- Majoritatea managerilor estimează că, în următoarele șase luni, **contextul legislativ și fiscal va fi mai puțin prietenos pentru afaceri**, doar un procent foarte redus anticipând o îmbunătățire.

“Între cele 8 sectoare de activitate, **Comerțul și Serviciile** se evidențiază prin prisma unui nivel relativ mai mare de încredere al managerilor. Această percepție se datorează preponderent naturii activității, care presupune schimburi de bunuri și servicii relativ indispensabile, dar și unei capacități mai mari de adaptare, care susțin un flux de consum încă relativ stabil. La polul opus sunt sectoarele **IT și Agricultură**, în care pesimismul este pregnant, iar argumentele care îl susțin sunt oscilațiile mari pe piețele globale (volatilitate) și creșterea îngrijorătoare a costurilor operaționale.

Trebuie menționat că amprenta acordului Mercosur este marginală sau poate chiar invizibilă asupra percepției managerilor din sectorul Agricultură, în această ediție a indicelui Confidex, ceea ce ne poate face să credem că, în fapt, percepția este oarecum „peste așteptări”.

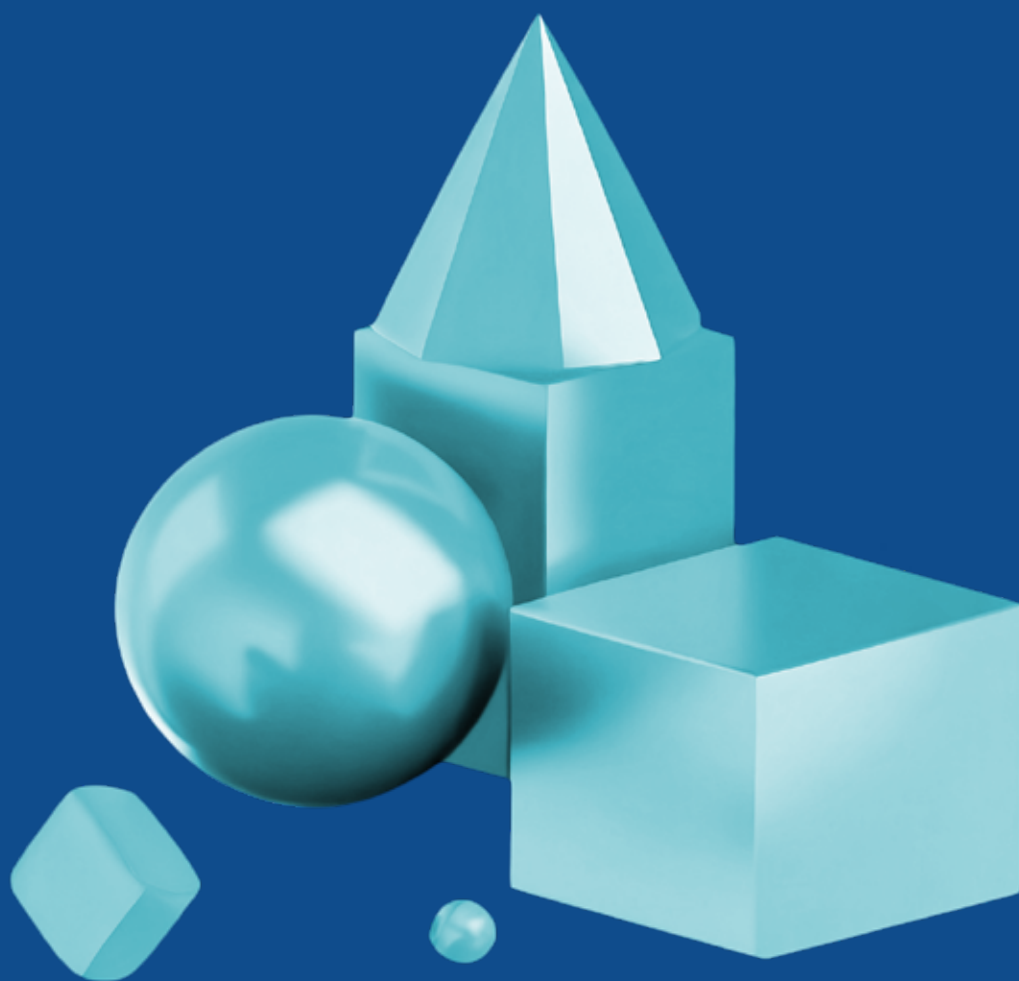
Pentru celelalte sectoare, dar cu precădere **Transporturi și Construcții**, percepția managerilor privind încrederea este într-o zonă neutră, caracterizată de o abordare echilibrată: decizii și acțiuni prudente, oportunități de creștere limitate.”

Florian Libocor, PhD, Economist

Concluzii capitoul

02.

Care sunt principalele preocupări și planuri de viitor?



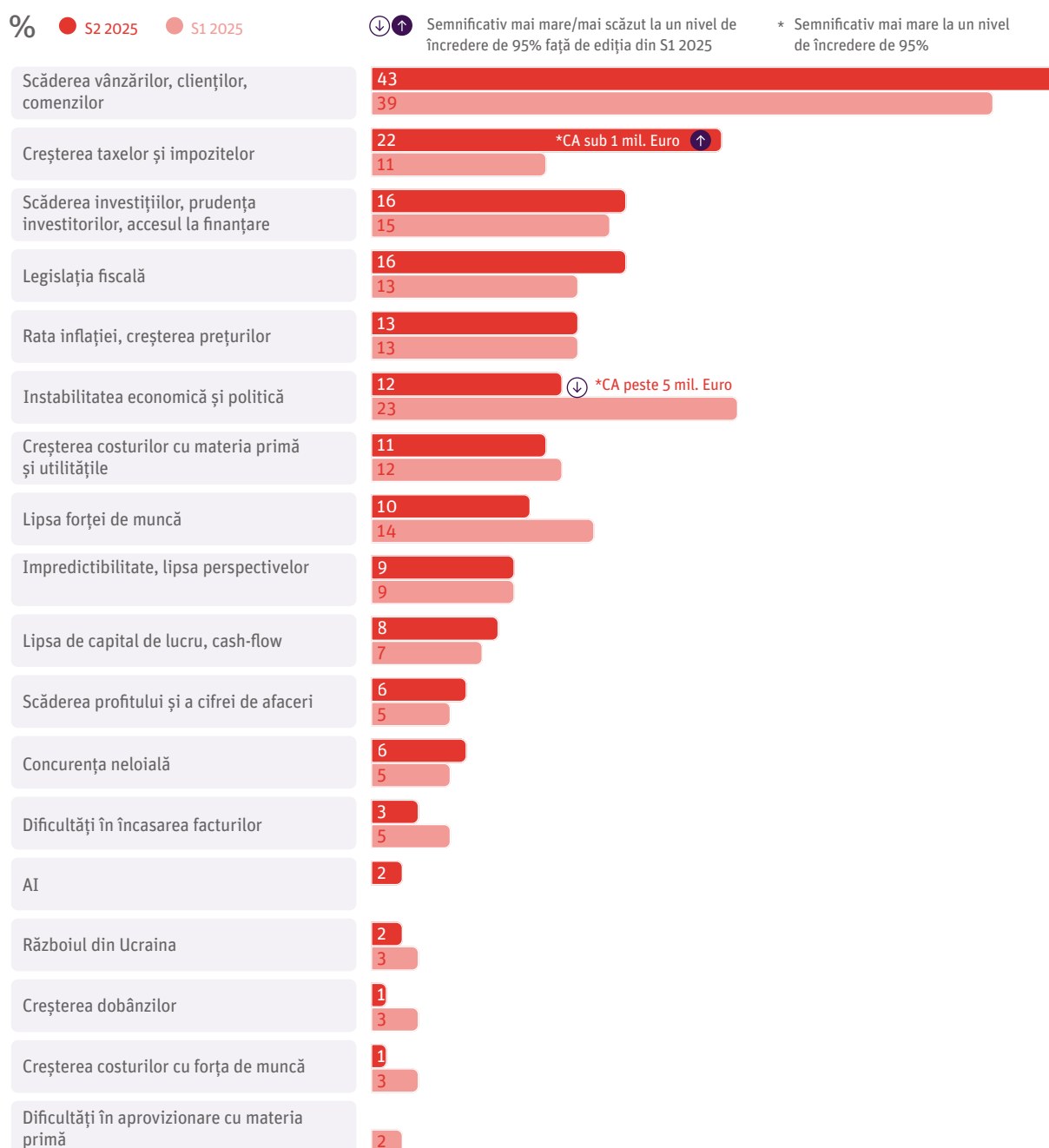
Îngrijorări în perioada următoare

Cele mai frecvente temeri rămân legate de scăderea vânzărilor, a clienților și a comenzilor, menționate de 43% dintre respondenți – un procent similar cu cel anterior. În schimb, instabilitatea economică și politică scade semnificativ în clasament, fiind citată de doar 12% dintre manageri și antreprenori.

Scăderea investițiilor, prudența investitorilor și accesul la finanțare

(16%) rămân preocupări importante, existând riscul ca proiectele să nu fie implementate în contextul economic și geopolitic actual.

Totodată, se observă o creștere semnificativă a îngrijorărilor legate de majorarea taxelor și impozitelor (22%).



? Numiți principalele îngrijorări cu privire la activitatea companiei dvs, în perioada următoare. (întrebare deschisă)

Oportunități în perioada următoare

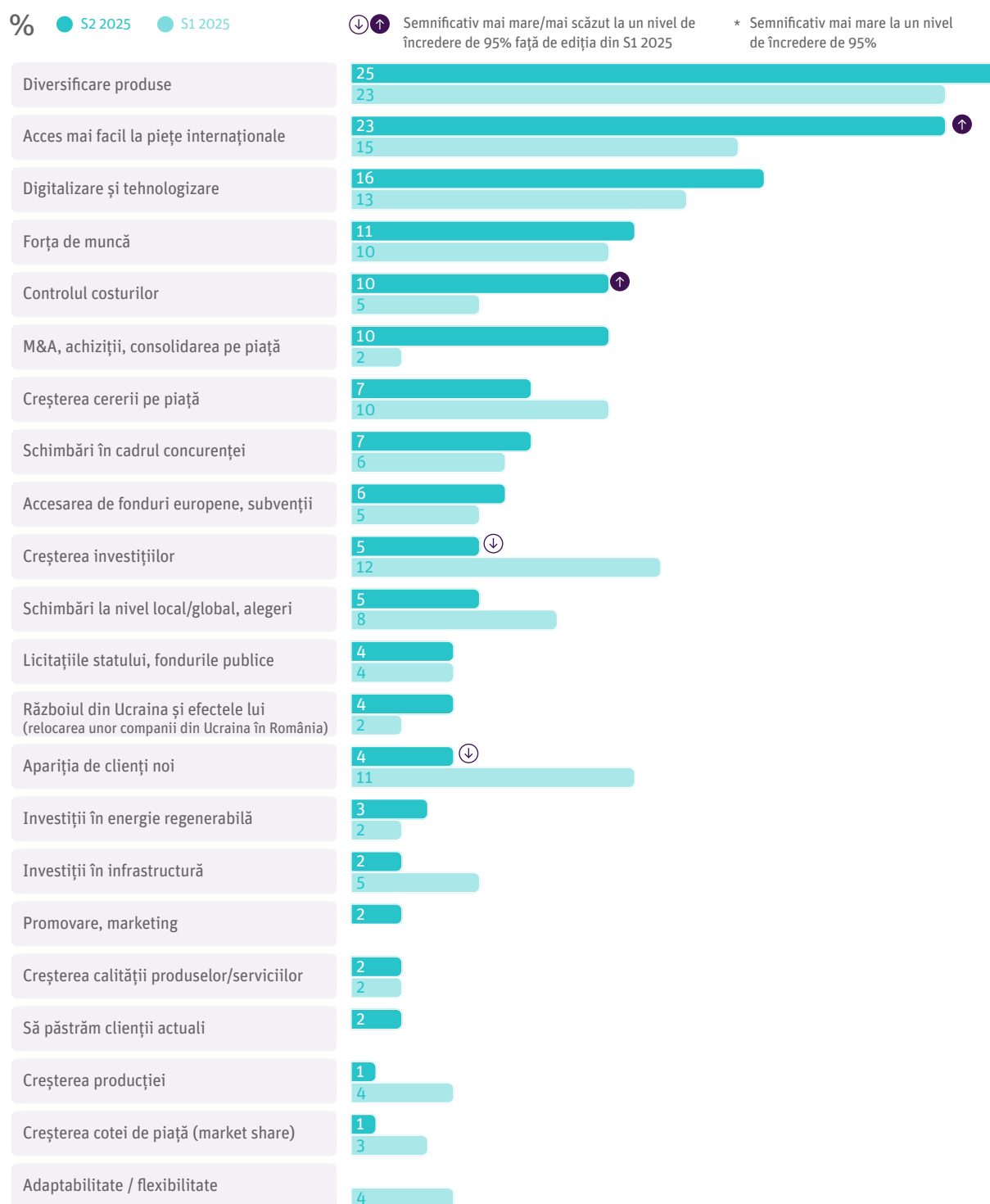
În S2 2025, principalele oportunități identificate de manageri vizează diversificarea produselor (25%), accesul mai facil la piețe internaționale (23%) și digitalizarea și tehnologizarea (16%), toate în creștere față de S1 2025.

Se observă, de asemenea, un interes mai ridicat pentru controlul costurilor și pentru operațiuni de tip M&A și consolidare pe piață.

În același timp, oportunitățile legate de creșterea investițiilor, apariția de clienți noi și creșterea cererii pe piață sunt menționate mai rar comparativ cu prima jumătate a anului, sugerând o orientare mai prudentă și mai strategică a companiilor.

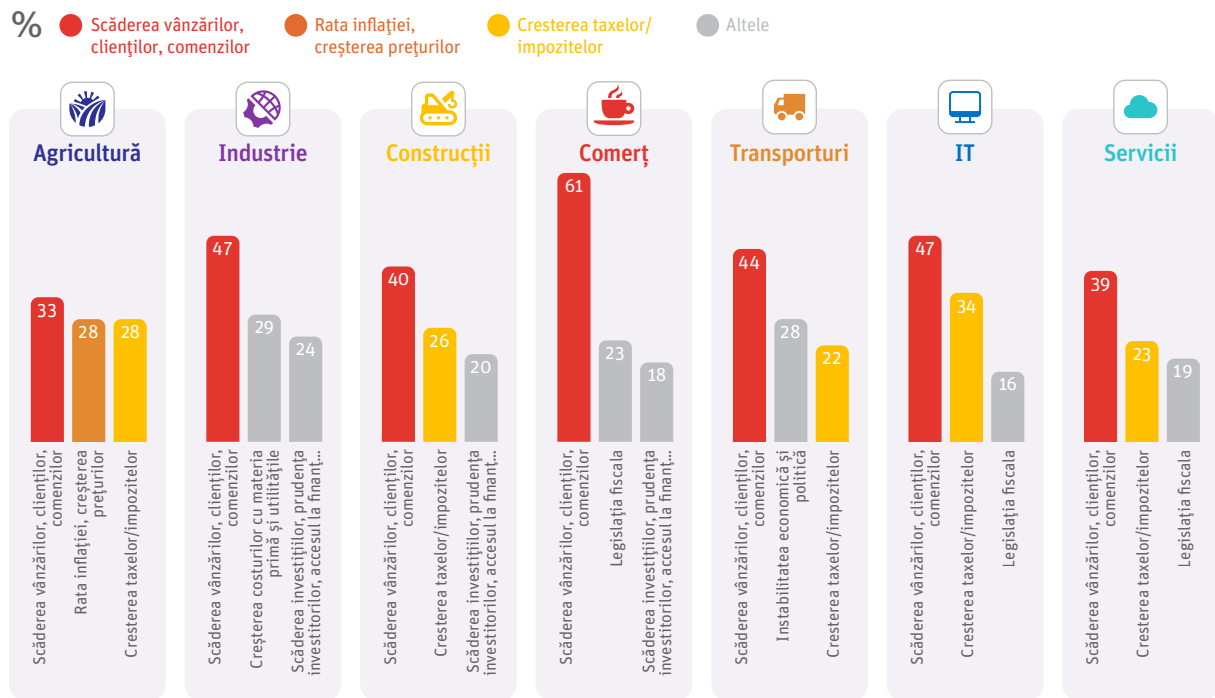
Structura oportunităților indică o orientare mai smart a managerilor, cu accent pe diversificare, extindere externă, un mod de lucru mai eficient prin digitalizare sau chiar achiziții și fuziuni.

Această abordare reflectă un context economic perceput ca fiind mai incert, în care este cu atât mai mult nevoie de o abordare laterală, cât mai smart, a pieței.



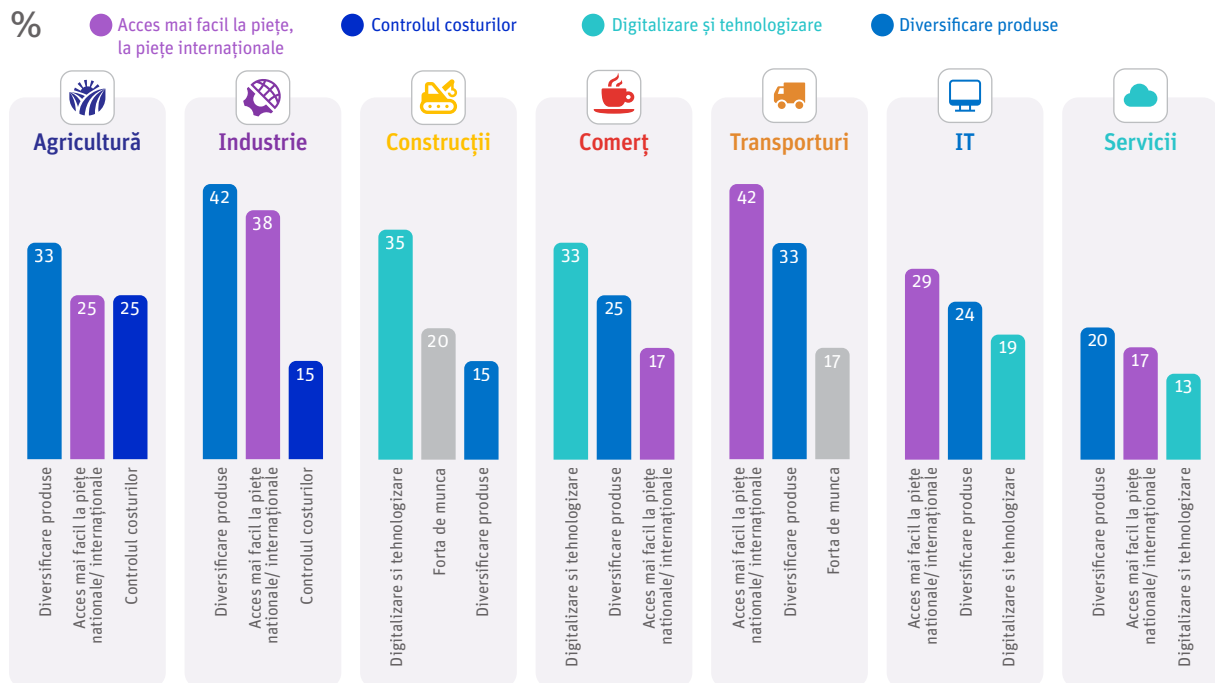
? Numiți principalele oportunități în activitatea companiei dvs, în perioada următoare. (întrebare deschisă)

Top 3 îngrijorări la nivelul celor 7 domenii de activitate



? Numiți principalele îngrijorări cu privire la activitatea companiei dvs, în perioada următoare. (întrebare deschisă)

Top 3 oportunități la nivelul celor 7 domenii de activitate



? Numiți principalele oportunități cu privire la activitatea companiei dvs, în perioada următoare. (întrebare deschisă)

Principalele îngrijorări sunt legate de scăderea constantă și vizibilă a cererii, dar, în continuare, antreprenorii preferă să se concentreze pe oportunități. Mentalitatea lor este aceea de a se concentra pe cum pot face lucrurile să funcționeze, nu pe limitări.

Oportunități

“România este un pool de minți, de oameni foarte creativi, stimulați cumva și de contextele prin care au trecut, iar mintea valorează bani și se vede în creșterea serviciilor, inclusiv ca valoare.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“Există oportunități generate de contextul geopolitic – programul Rebuilding Ukraine sau zona balcanică, unde sunt țări care, în momentul de față, intră în programe de preaderare, programe prin care România a trecut. În acest context, știe ce este de făcut și poate sprijini – de exemplu, Republica Moldova, Kosovo...”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“Noi am început de multă vreme să dezvoltăm alte competențe și linii de business dincolo de transport. Iar acest lucru este foarte important în industria noastră. Și anul acesta continuăm să ne dezvoltăm, avem proiecte de dezvoltare. La Oradea dezvoltăm hub-ul de acolo și, în plus, ne-am mai deschis o activitate, un terminal de cale ferată.”

Ion Lixandru, CEO Romtrailer

Servicii

Există încă destul de multe oportunități în sectorul serviciilor. Pe de o parte, este o industrie cu o istorie relativ recentă pe piața din România, iar, pe de altă parte, există foarte multă capacitate și creativitate când vine vorba de antreprenorii și oamenii din România, în general:

Energie

Oportunitățile sunt legate în continuare de zona de investiții, însă nu doar de cele provenite din fondurile europene, ci mai ales de cele generate intern și care vin din partea instituțiilor private, în special din industria grea, care resimte din ce în ce mai mult nevoia de a deveni mai eficientă din perspectiva consumului energetic.

De asemenea, o altă oportunitate importantă este dată de contextul geopolitic și de impactul pe care România l-ar putea avea în cadrul zonei est-europene, în special în Ucraina și Republica Moldova:

Transporturi

În cazul acestei industrii se simte foarte mult nevoia de diversificare:

Îngrijorări



Servicii

Îngrijorările sunt, în principal, legate de scăderea apetenței pentru consum, ceea ce se reflectă și la nivelul unei apetențe mai scăzute a companiilor de a face noi achiziții.

De asemenea, companiile pot face achiziții mai puțin smart în mod real, putând ceda fie tentației de a achiziționa servicii la prețuri mai mici, fie de a face investiții care nu sunt cu adevărat utile:

“*Ne întoarcem la o zonă de supraviețuire. Eram într-o zonă de confort, iar acum oamenii au tendința de a fi circumspecți, să strângă bugetele; procesul de vânzare este mai greu. Și, chiar dacă volumul achizițiilor rămâne același, problema apare la modul în care decid cu cine lucrează. Pot inclusiv să se lase conduși de un FOMO de tipul «dacă nu îmi pun AI, mor mâine», și atunci încep să aplice AI și să dea departamente afară. Majoritatea însă nu au o curățenie internă suficient de mare ca să își dea seama ce înseamnă să renunți la anumite departamente pentru a introduce AI și nu ajung să aibă payoff.»*

Ciprian Harabagiu, Decalex



Energie

Îngrijorările în sectorul energie sunt legate de forța de muncă calificată, nu doar practică, dar să fie pregătită și pentru a activa în mediul de business/intr-un sistem de business, nu doar tehnic.

Totuși, cea mai mare îngrijorare se leagă de lipsa de strategie și de susținere a sectorului energetic din partea sectorului public. Nu se referă la susținerea companiilor individuale, cât mai ales la lipsa unor programe care să permită companiilor românești să atace și piețele externe într-un mod consistent:

“*Companiile private cu capital românesc, de exemplu, își creează propriile pârgii. Însă, din perspectiva mea, nu există sprijin, un model care să deschidă drumuri, niște linii de business. Dacă ești tu de unul singur și de capul tău, e dificil să dezvolti o linie de business către export...”*

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco



Transporturi

Îngrijorările sunt mai degrabă legate de contextul global, de reglementările la nivel european și de statusul și evoluția industriei automotive, acest lucru fiind explicat de faptul că sectorul transporturilor este extrem de dependent de ceea ce se întâmplă în exterior:

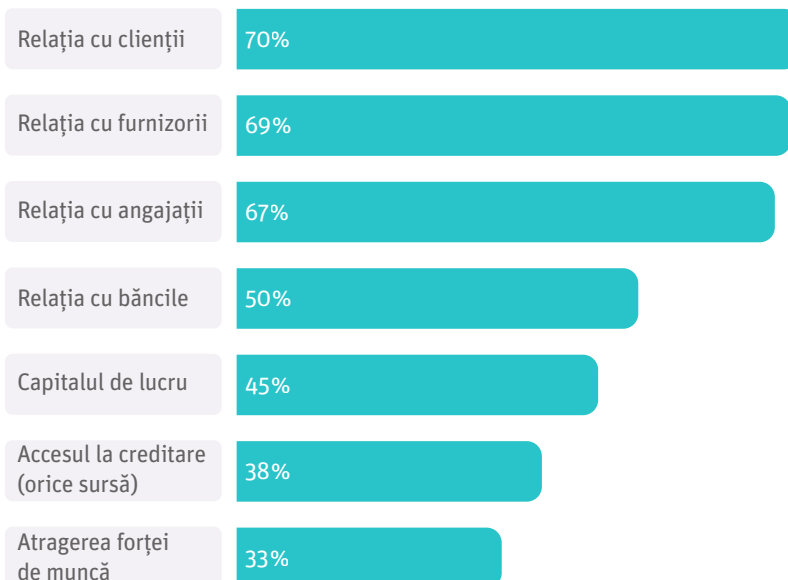
“*România este dependentă. Noi suntem prinși în această piață europeană ca prestatori pentru alte companii mari. Iar, în momentul de față, dacă Germania pune frânele în automotive, România suferă crunt. Industria automotive este un element important în transport și logistică.”*

Ion Lixandru, CEO Romtrailer

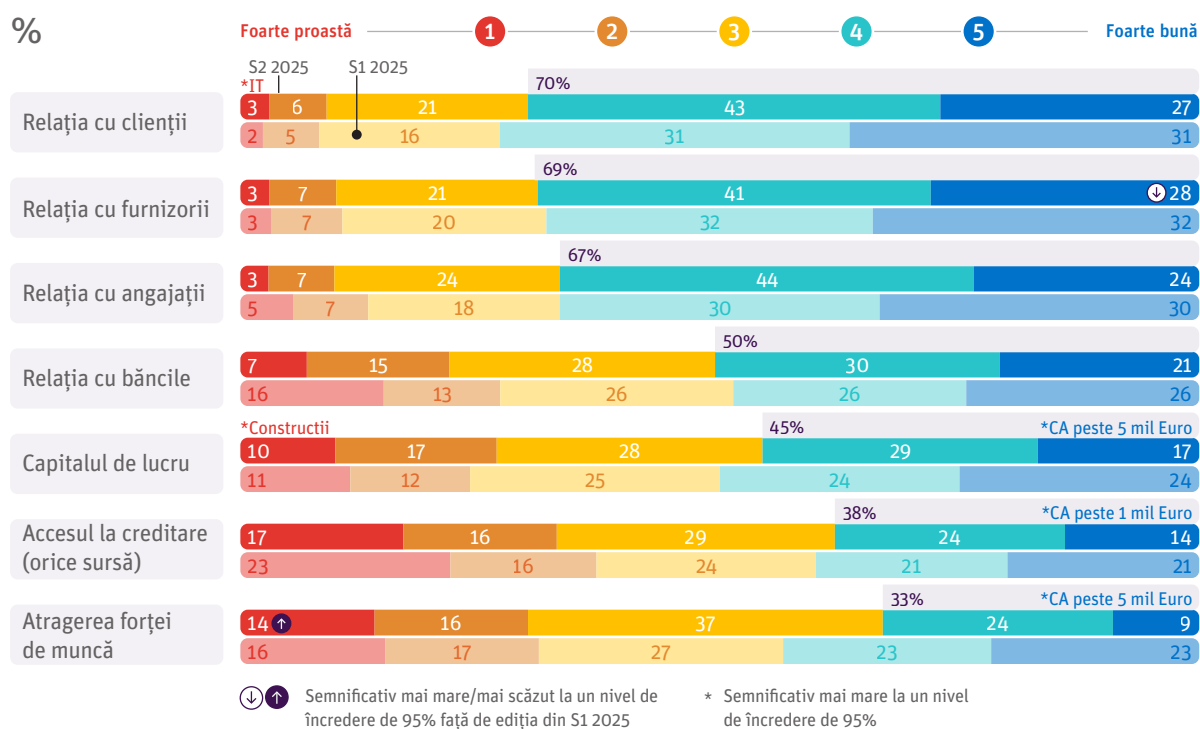
Viziunea managerilor despre propria companie este mai degrabă pozitivă.

Fără modificări majore la nivelul relațiilor pe care oamenii de afaceri le au cu clienții, angajații sau furnizorii, acestea fiind apreciate ca mai degrabă pozitive. Accesul la credite și atragerea forței de muncă rămân, în continuare, o provocare.

? Cum apreciați următoarele aspecte în compania dvs.? Păreră pozitivă (note de 4 și 5)



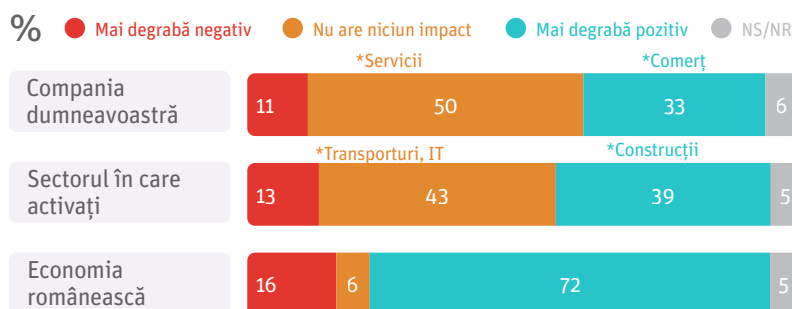
Rezultate detaliate



? Cum apreciați următoarele aspecte în compania dvs.?

Viziunea managerilor despre atragerea forței de muncă din afară

Majoritatea managerilor consideră că atragerea forței de muncă din străinătate va avea un efect pozitiv, în special pentru economia românească în ansamblu. În schimb, pentru compania lor sau pentru sectorul în care activează, aproximativ jumătate dintre respondenți cred că acest lucru nu va avea niciun impact.

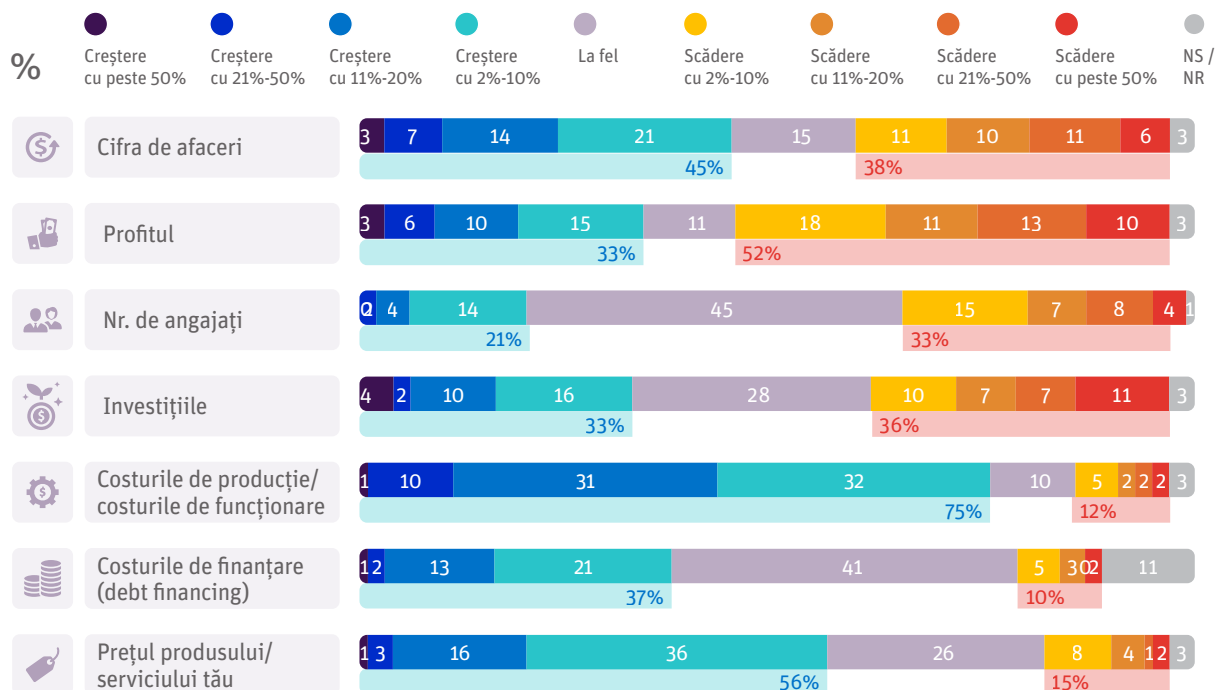


? Cum credeți că va impacta fenomenul atragerii de muncă din afara țării...

Managerii estimează că majoritatea indicatorilor au rămas aproximativ la fel

La finalul lunii octombrie 2025, comparativ cu aceeași perioadă a anului precedent, managerii raportează o scădere semnificativă a profitului, alături de diminuarea investițiilor în companie.

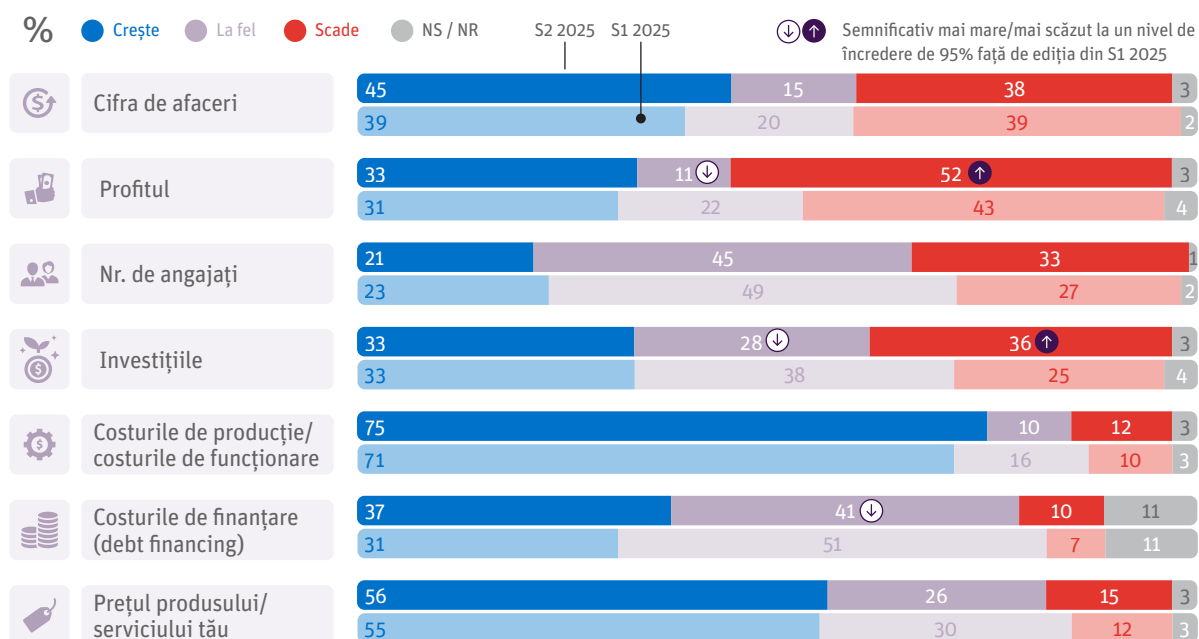
În același timp, costurile de producție și de funcționare au înregistrat o ușoară creștere, la fel ca și costurile de finanțare, generate de rambursarea datoriilor. Această situație reflectă presiunea economică resimțită de companii și necesitatea unor strategii mai prudente de gestionare a resurselor.



? Care este situația următorilor indicatori, la nivelul companiei dvs., la finalul lunii octombrie 2025, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut (octombrie 2023)?








Indicatorii de la sfârșitul anului au rămas similari cu cei din aceeași perioadă a anului trecut

La finalul lunii octombrie 2025, managerii raportează scăderea profitului și a investițiilor, alături de o creștere ușoară a costurilor de producție și de finanțare.



? Care este situația următorilor indicatori, la nivelul companiei dvs., la finalul lunii octombrie 2025, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut?

Indicatorii de la sfârșitul lui octombrie în funcție de industrie

	 Agricultură*	 Industrie	 Construcții	 Comerț	 Transporturi, Distribuție, Depozitare*	 IT	 Servicii	
Cifra de afaceri	Scade	44%	37%	60%	41%	39%	41%	27%
	La fel	11%	16%	11%	16%	17%	28%	12%
	Crește	39%	47%	26%	41%	44%	31%	57%
	NS/NR	6%	0%	3%	2%	0%	0%	4%
Profitul	Scade	56%	61%	66%	59%	67%	59%	39%
	La fel	6%	5%	9%	16%	17%	16%	12%
	Crește	33%	34%	20%	23%	17%	25%	43%
	NS/NR	6%	0%	6%	2%	0%	0%	5%
Nr de angajați	Scade	50%	47%	49%	25%	22%	44%	23%
	La fel	44%	29%	34%	45%	56%	47%	50%
	Crește	6%	24%	17%	27%	22%	9%	24%
	NS/NR	0%	0%	0%	2%	0%	0%	3%
Investițiile din companie	Scade	44%	37%	43%	36%	44%	53%	27%
	La fel	22%	26%	29%	20%	22%	34%	34%
	Crește	33%	37%	23%	41%	33%	13%	35%
	NS/NR	0%	0%	6%	2%	0%	0%	4%
Costurile de producție/costurile de funcționare	Scade	22%	24%	14%	5%	6%	13%	7%
	La fel	0%	11%	14%	0%	6%	22%	14%
	Crește	78%	66%	63%	93%	89%	63%	77%
	NS/NR	0%	0%	9%	2%	0%	3%	3%
Costurile de finanțare (finanțare prin împrumut)	Scade	22%	8%	9%	11%	11%	9%	5%
	La fel	6%	45%	40%	48%	50%	50%	42%
	Crește	72%	47%	40%	32%	33%	22%	35%
	NS/NR	0%	0%	11%	9%	6%	19%	18%
Prețul produsului/serviciului	Scade	22%	29%	17%	9%	11%	13%	9%
	La fel	28%	24%	29%	20%	22%	41%	31%
	Crește	50%	47%	51%	68%	67%	47%	55%
	NS/NR	0%	0%	3%	2%	0%	0%	4%

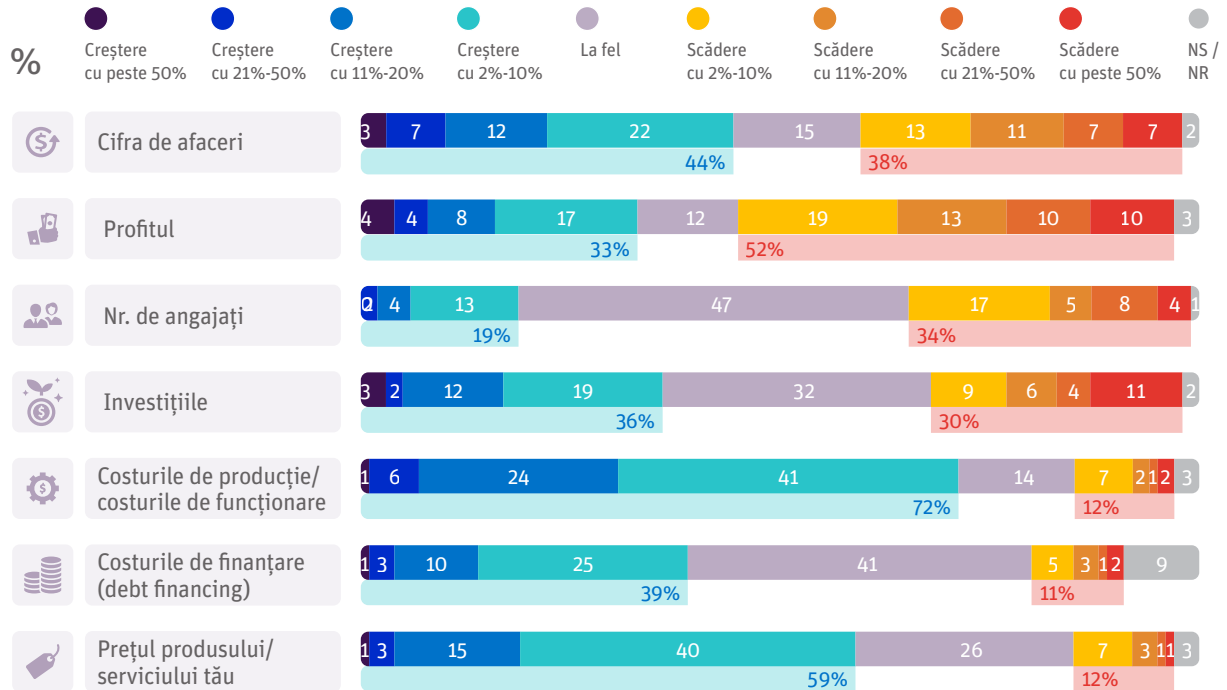


Care este situația următorilor indicatori, la nivelul companiei dvs., la finalul lunii octombrie 2025, comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut?

Managerii estimează că majoritatea indicatorilor vor rămâne la fel sau vor crește

Previiziunile legate de profit sunt considerabil mai pesimiste comparativ cu S1 2025, la fel și estimările privind investițiile în companie.

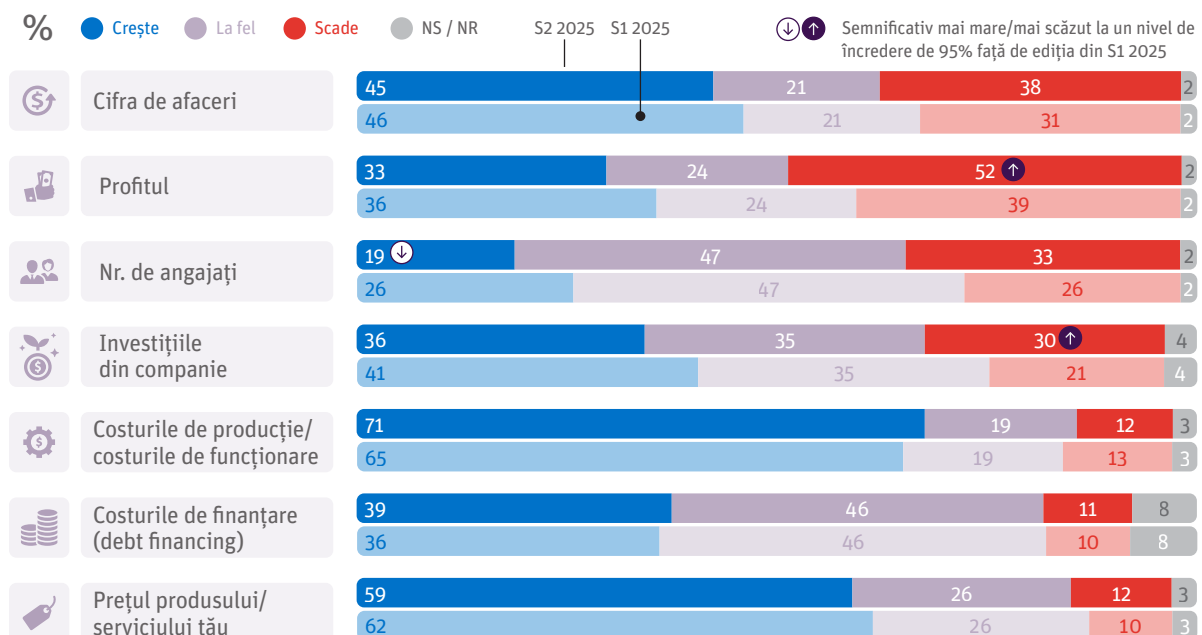
Totodată, un număr semnificativ mai mic de manageri, comparativ cu S1 2025, estimează că numărul de angajați va continua să crească, reflectând o perspectivă mai precaută asupra dezvoltării resurselor umane și a expansiunii afacerilor.



? În opinia dvs., cum vor arăta următoarele aspecte la mijlocul anului 2026, comparativ cu mijlocul anului 2025?








Indicatorii pentru următoarele 6 luni – comparativ cu S1 2025

Previiziunile de profit și investiții sunt mai pesimiste față de S1 2025, iar mai puțini manageri estimează creșterea numărului de angajați.



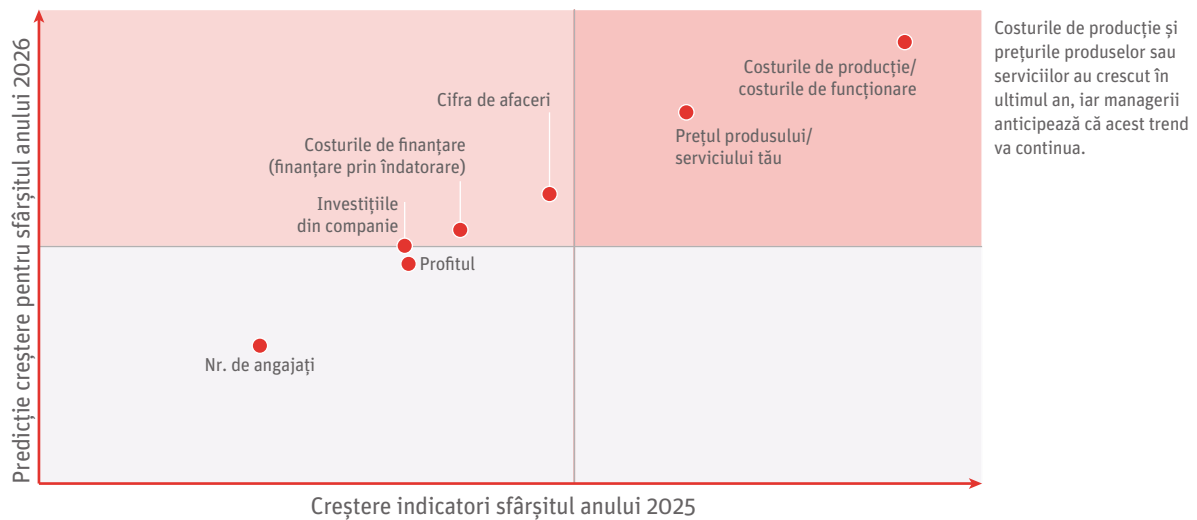
? În opinia dvs., cum vor arăta următoarele aspecte la mijlocul anului 2026, comparativ cu mijlocul anului 2025?

Indicatorii pentru următoarele 6 luni în funcție de industrie

		 Agricultură*	 Industrie	 Construcții	 Comerț	 Transporturi, Distribuție, Depozitare*	 IT	 Servicii
Cifra de afaceri	Scade	56%	34%	57%	39%	44%	50%	26%
	La fel	0%	24%	14%	25%	17%	16%	14%
	Creste	39%	42%	26%	34%	39%	34%	58%
	NS/NR	6%	0%	3%	2%	0%	0%	3%
Profitul	Scade	61%	58%	66%	59%	72%	53%	38%
	La fel	0%	13%	3%	18%	6%	22%	14%
	Creste	33%	29%	26%	20%	22%	25%	45%
	NS/NR	6%	0%	6%	2%	0%	0%	4%
Nr de angajati	Scade	44%	47%	54%	30%	33%	28%	20%
	La fel	44%	26%	26%	45%	50%	63%	57%
	Creste	11%	26%	17%	23%	17%	9%	20%
	NS/NR	0%	0%	3%	2%	0%	0%	3%
Investițiile din companie	Scade	50%	37%	37%	27%	28%	38%	24%
	La fel	17%	24%	34%	30%	28%	47%	34%
	Creste	33%	39%	23%	41%	44%	16%	39%
	NS/NR	0%	0%	6%	2%	0%	0%	3%
Costurile de producție/ costurile de funcționare	Scade	17%	16%	20%	5%	6%	16%	9%
	La fel	11%	8%	17%	5%	6%	22%	20%
	Creste	72%	76%	57%	89%	89%	63%	66%
	NS/NR	0%	0%	6%	2%	0%	0%	4%
Costurile de finanțare (finanțare prin îndatorare)	Scade	22%	5%	17%	11%	17%	13%	4%
	La fel	0%	37%	29%	52%	39%	47%	53%
	Creste	78%	58%	43%	27%	44%	25%	30%
	NS/NR	0%	0%	11%	9%	0%	16%	14%
Prețul produsului/ serviciului	Scade	17%	26%	17%	7%	11%	9%	7%
	La fel	33%	21%	29%	18%	28%	31%	30%
	Creste	50%	53%	49%	73%	61%	59%	59%
	NS/NR	0%	0%	6%	2%	0%	0%	4%

? În opinia dvs., cum vor arăta următoarele aspecte la mijlocul anului 2026, comparativ cu mijlocul anului 2025?

Costurile de producție/funcționare au crescut în ultimul an, iar managerii consideră că acestea vor continua să crească.



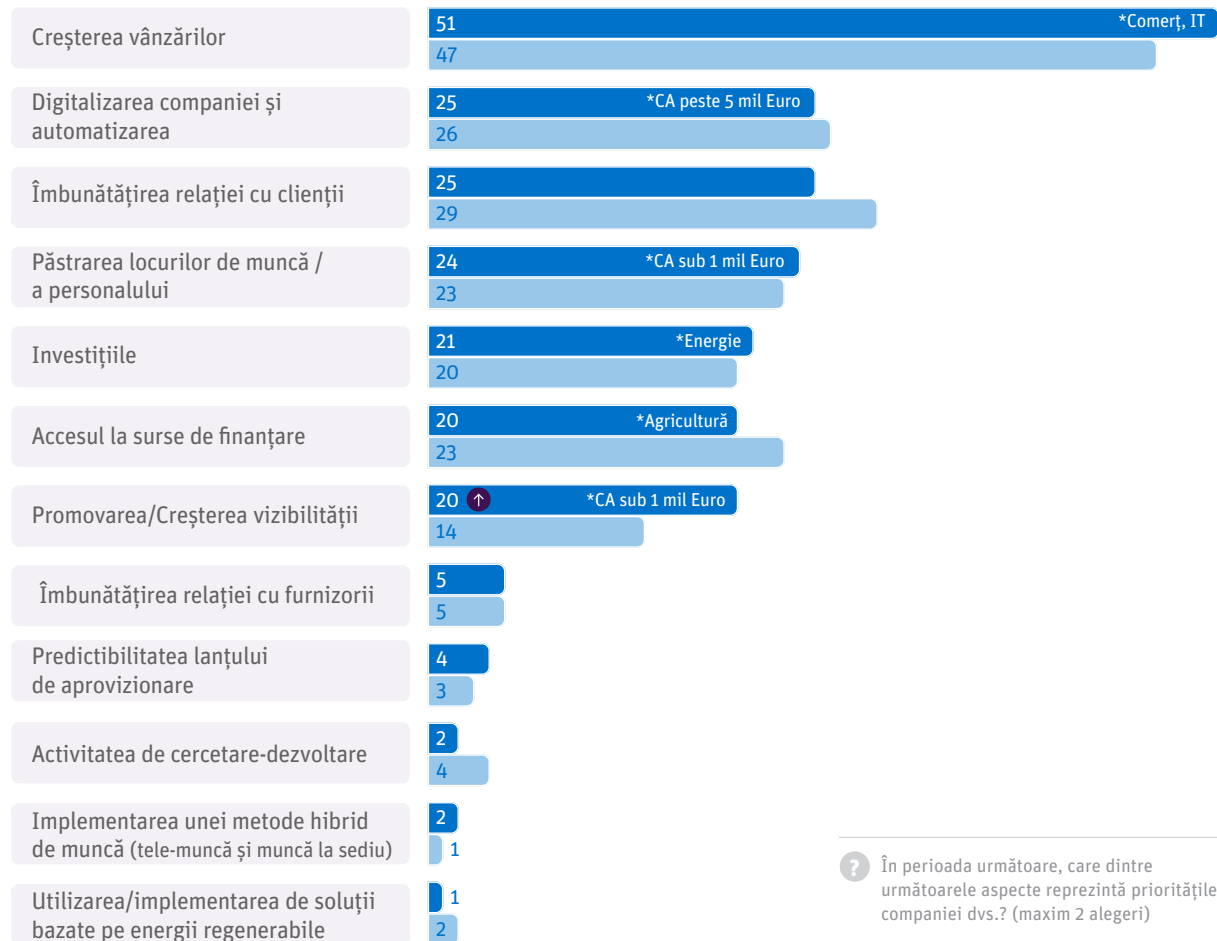
Managerii continuă să prioritizeze creșterea vânzărilor

Pentru perioada următoare, managerii consideră prioritare aspectele care contribuie la securizarea și creșterea afacerilor: îmbunătățirea relației cu clienții și digitalizarea companiei (25%) și creșterea vânzărilor (51%).

Rezultatele sunt în linie cu cele din S1 2025, singura diferență semnificativă fiind legată de promovare și creșterea vizibilității, care au urcat de la 14% la 20%.

% ● S2 2025 ● S1 2025

⬇️⬆️ ⬆️⬆️ Semnificativ mai mare/mai scăzut la un nivel de încredere de 95% față de ediția din S1 2025 * Semnificativ mai mare la un nivel de încredere de 95%



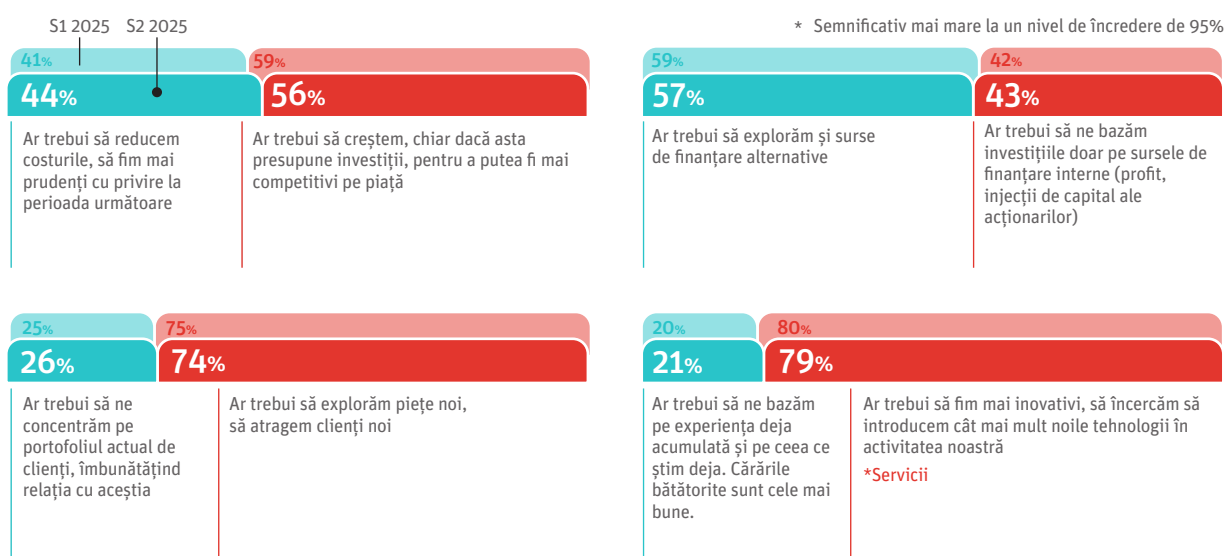
? În perioada următoare, care dintre următoarele aspecte reprezintă prioritățile companiei dvs.? (maxim 2 alegeri)

Potențialele soluții ale companiilor locale de a rămâne relevante în contextul provocărilor actuale

Ca răspuns la permanentele crize prin care trec piețele locale, dar și cele internaționale, antreprenorii continuă să se axeze pe soluții laterale, nu doar pe creșterea prețurilor sau pe creșterea vânzărilor într-un pool limitat de potențiali clienți (precum piața locală).

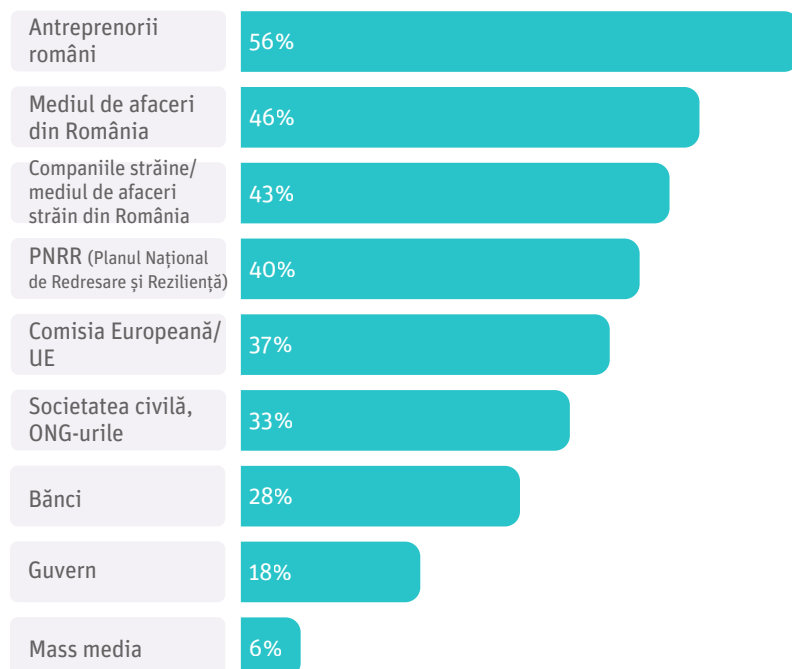
- **Se menține viziunea de extindere către noi piețe, inclusiv unele relativ noi, mai puțin considerate în trecut (Moldova, Kosovo), precum și extinderea activității business-urilor sau dezvoltarea de linii noi de business,** cu potențial de a fi relevante și pe alte piețe, nu doar pe cea locală.
- **O altă metodă de a rămâne performanți este dezvoltarea forței de muncă locale prin lansarea unor proiecte de internship, programe de calificare și formare la locul de muncă,** gradul de calificare și competență al potențialilor angajați fiind, de multe ori, o provocare mai mare decât identificarea de personal pentru anumite poziții, în special la nivelul angajaților white collar.
- **Oportunități de a câștiga business nou vin și din parteneriate.** Ideal ar fi ca statul să stimuleze anumite inițiative private, mai ales în cazul unor industrii strategice, precum cele din sectorul energetic, însă pot exista și parteneriate cu alți actori de pe piață sau cu alte business-uri.
- Interesant este, în această perioadă, focusul tot mai mare pe care business-urile au început să îl pună pe **promovare și pe tactici de marketing** care să le asigure nu doar vizibilitate, ci și diferențiere. În astfel de perioade tulburi, nu mai este suficient să faci „treabă bună”, ci este necesar și să comunici acest lucru.

Strategia managerilor se orientează mai mult către asumarea de riscuri și inovație, foarte similară cu abordarea de la finalul anului.



? Care dintre următoarele afirmații este mai aproape de opinia dvs. cu privire la strategia companiei în următoarea perioadă?

Încrederea în mediul de afaceri din România este destul de ridicată.

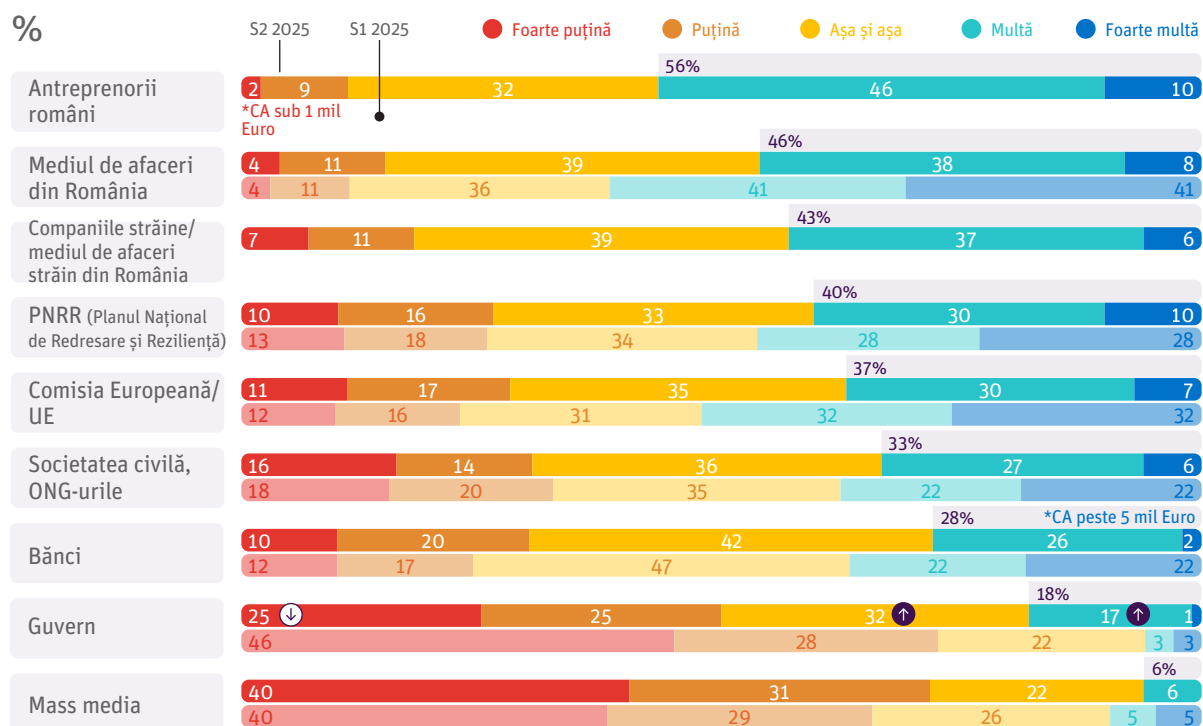


Antreprenorii își manifestă cea mai mare încredere în colegii antreprenori români.

Totuși, la fel ca la începutul anului 2025, aceștia acordă o încredere ridicată și mediului de afaceri din România.

? Câtă încredere aveți în următoarele ...?
Multă și foarte multă încredere
Încredere mare și foarte mare (note de 4 și 5)

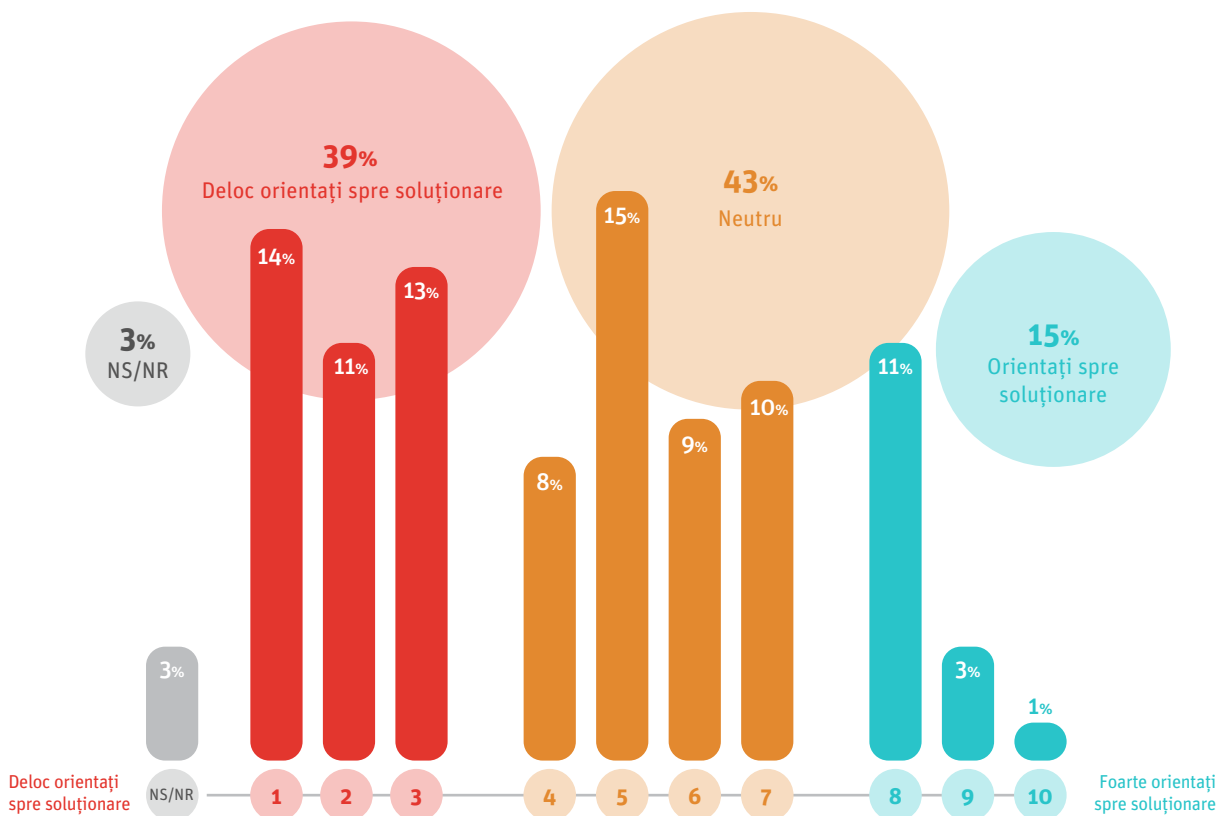
Rezultate detaliate:



? Câtă încredere aveți în următoarele ...?

Interacțiunile cu autoritățile statului sunt văzute mai degrabă ca fiind negative

Interacțiunile cu autoritățile statului sunt percepute mai degrabă negativ în ceea ce privește orientarea către rezolvarea eficientă a problemelor. Majoritatea răspunsurilor se concentrează în zona valorilor mici și medii (1–5), ceea ce indică o percepție scăzută spre moderată a implicării autorităților. Doar un procent redus dintre respondenți acordă scoruri ridicate, sugerând că experiențele pozitive sunt rare. Aceste date reflectă o lipsă de încredere și percepția unei abordări mai degrabă birocratice decât orientate spre soluționare.



- **Relațiile cu clienții (70%) și cu angajații (67%) sunt evaluate foarte favorabil**, indicând o gestionare eficientă a resurselor interne și a relațiilor externe. În schimb, accesul la credite (38%) și atragerea forței de muncă (33%) rămân provocări majore pentru manageri.
- **Aproximativ jumătate dintre aceștia raportează o scădere a profitului (de la 43% la 52%) și a investițiilor (de la 25% la 36%)**, iar ceilalți indicatori se mențin similari cu S1 2025. Totuși, tendința generală este ușor pesimistă, sugerând o percepție precaută asupra evoluției viitoare a afacerilor.
- Pentru perioada următoare, managerii își concentrează eforturile pe aspecte care sprijină stabilitatea și dezvoltarea afacerilor, în special pe **îmbunătățirea relației cu clienții și digitalizarea companiei (25%) și pe creșterea vânzărilor (51%)**.
- Prioritățile rămân similare cu cele din prima jumătate a anului 2025, cu excepția unei **creșteri a interesului pentru promovare și vizibilitate (de la 14% la 20%)**.
- Antreprenorii își manifestă **cea mai mare încredere în colegii români**, menținând totodată o percepție pozitivă față de mediul de afaceri din România, ceea ce sugerează un climat de colaborare și susținere reciprocă între actorii din sector.

“Raportul Confidex S2 2025 sugerează că 2026 va fi un an în care prudența și adaptarea vor fi două dintre caracteristicile esențiale ale mediului de afaceri din România. Gestionarea riscurilor și menținerea stabilității sunt preocupările de bază pentru companiile românești, în pofida abordărilor care să vizeze expansiuni agresive ale afacerilor.

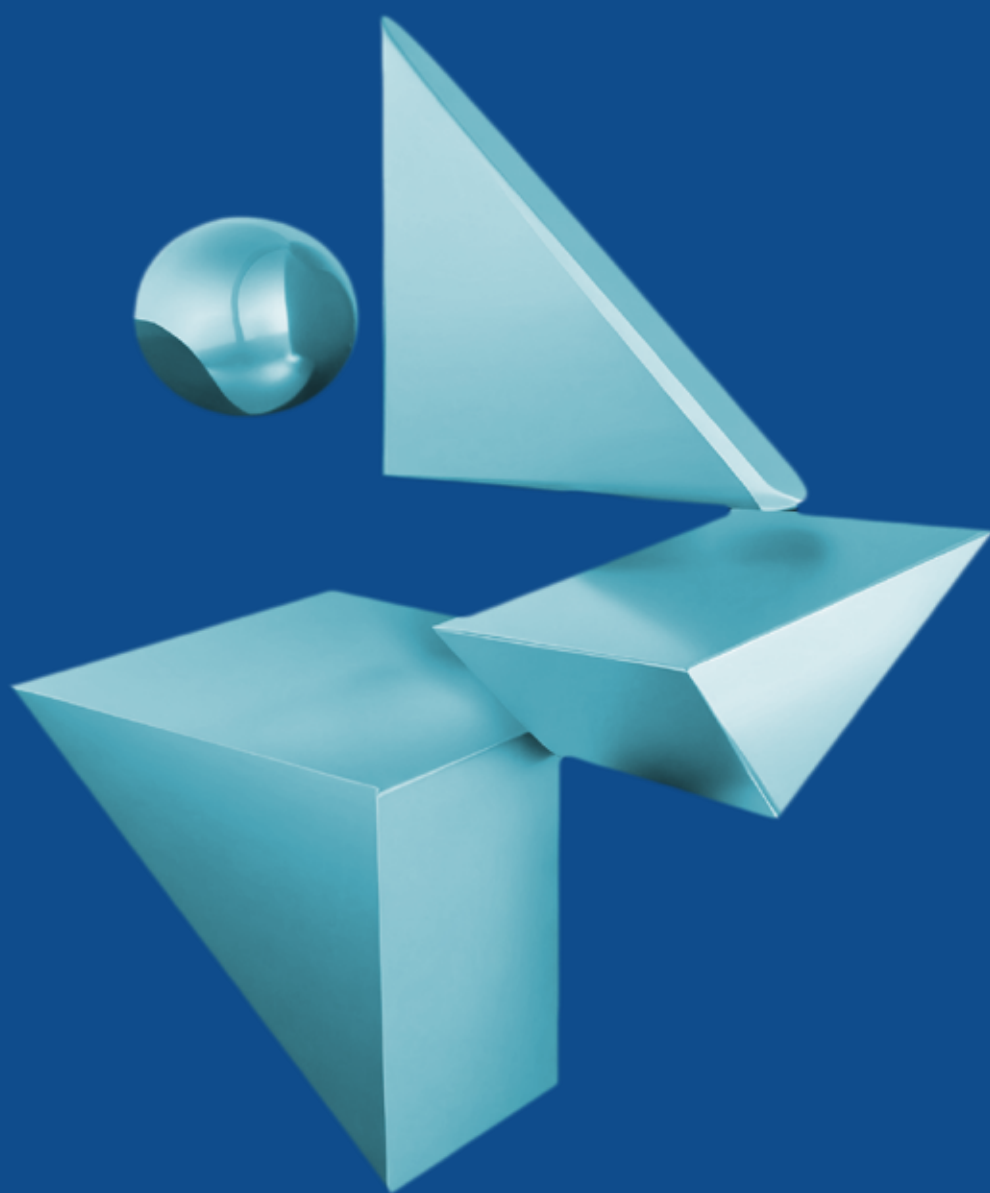
Este vorba despre capacitatea Realpolitik-ului românesc (politica pragmatică a puterii, abordarea lui Otto von Bismark, înainte de 1890; bazată pe flexibilitate, precauție, pragmatism și alianțe) de a asigura și proteja securitatea României vis-a-vis de persuasiunea Weltpolitik-ului extern (politica puterii globale, abordarea Kaiserului Wilhelm al II-lea, după 1890; bazată pe asertivitate, agresivitate, imprudență). Altfel spus, cum va putea România să obțină stabilitatea prin echilibru, într-un mediu global care susține schimbarea prin competiție?”

Florian Libocor, PhD, Economist

Concluzii capitol

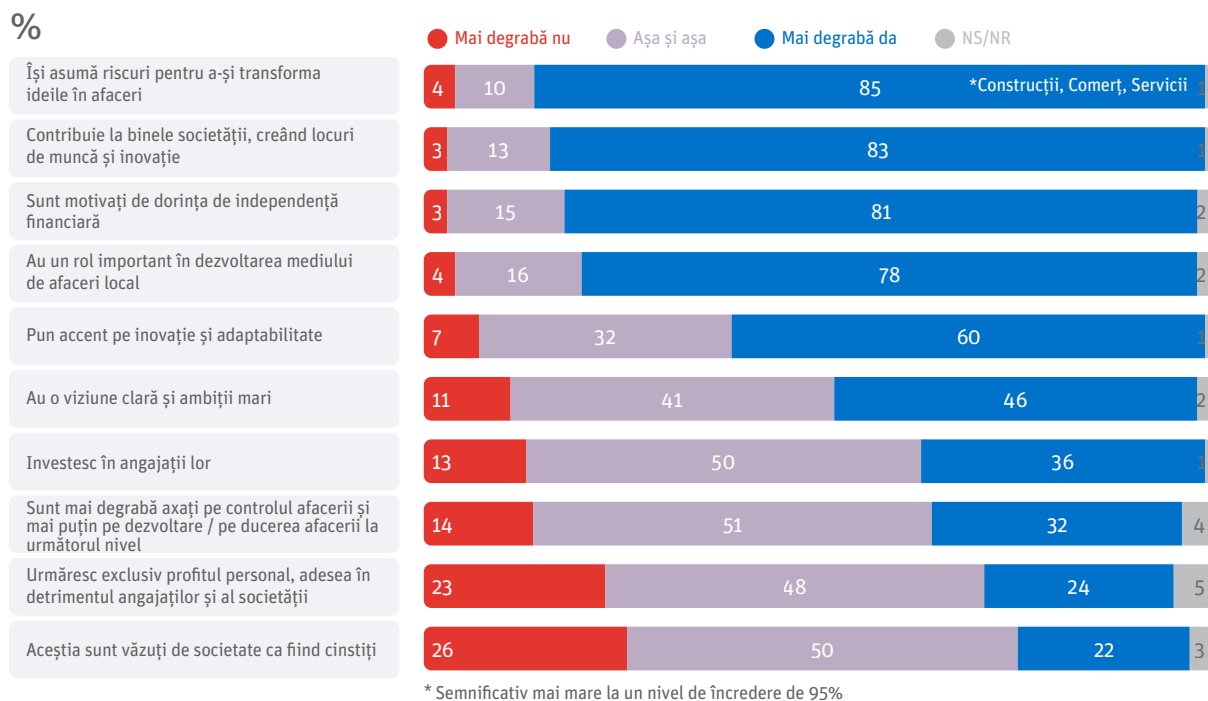
03.

Percepția despre organizații care reprezintă antreprenorii



Percepția asupra antreprenorilor în ultimii 10 ani

Antreprenorii sunt percepuți, în mare parte, ca persoane care își asumă riscuri, contribuie la societate și sunt motivați de independență financiară, având un rol important în dezvoltarea mediului de afaceri. Totuși, există percepții mai neutre sau critice legate de orientarea spre control, profit personal și nivelul de încredere acordat de societate. În general, imaginea este pozitivă, accentul fiind pus pe inovare și impact social.



? În contextul transformărilor prin care trece antreprenoriatul în ultimii 10 ani, ce descrie cel mai bine categoria de antreprenori?

Antreprenorii români se văd pe sine ca având un rol transformator important în cadrul societății, cu atât mai mult în România, unde statul este mai puțin implicat în generarea schimbării la nivel social. Tocmai pentru că funcționează într-un mediu mereu imprevizibil și nu foarte prietenos cu mediul privat, se descriu ca persoane care îndrăznesc să își asume riscuri pentru a-și pune în aplicare visul de a face lucrurile diferit și mai bine.

Totuși, acest context îi poate determina să se concentreze excesiv pe controlul afacerii, să aibă percepția că se pricepe la toate și că nimeni nu poate face lucrurile la fel de bine — mai ales în cazul antreprenorilor cu state vechi. Această atitudine poate bloca business-ul într-o zonă de siguranță, limitând capacitatea de a-l duce la un nou nivel, din lipsa curajului de a visa mai mult sau de a gândi strategic.

Este necesară consolidarea educației în management și business pentru a promova practici mai sănătoase în mediul privat local: mai puțin control, mai multă claritate în viziune, mai multă deschidere către alianțe și parteneriate și mai mult curaj de a nu se auto-limita sau bloca.

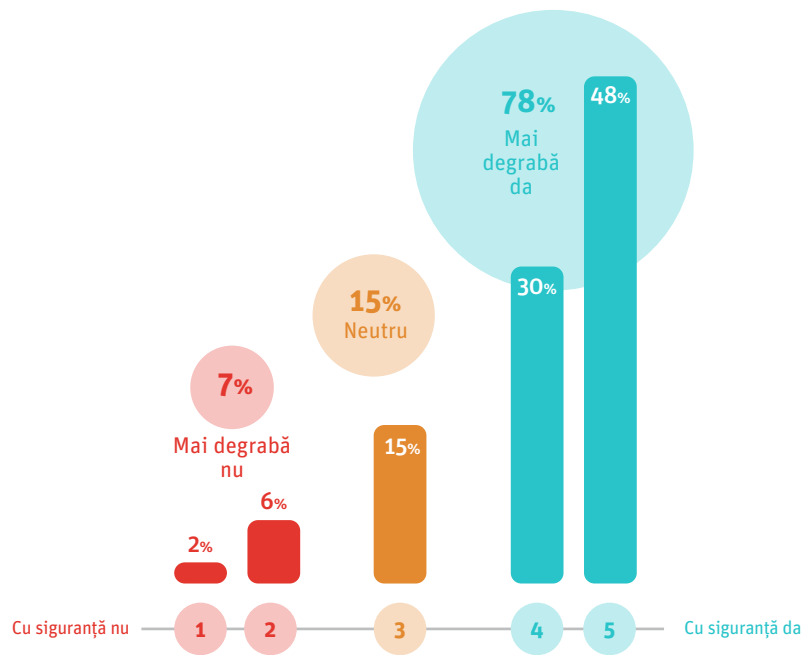
“Există un individualism foarte puternic în România, acel tip de antreprenor care știe să le facă pe toate, dar care, este adevărat, este în scădere. Totuși, și antreprenorii noi au fost educați de părinții «vechi» și mai vedem încă solo-antreprenori. Este încă greu cu parteneriatele, chiar dacă acceptă într-o măsură mult mai mare ideea de servicii de consultanță sau de asocieri, ori implicarea unor investitori și business angels.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

Implicarea oamenilor de afaceri în soluționarea problemelor nerezolvate de stat

Majoritatea respondenților (78%) consideră că oamenii de afaceri ar trebui să contribuie într-o măsură semnificativă atunci când statul nu reușește să rezolve problemele din societate.

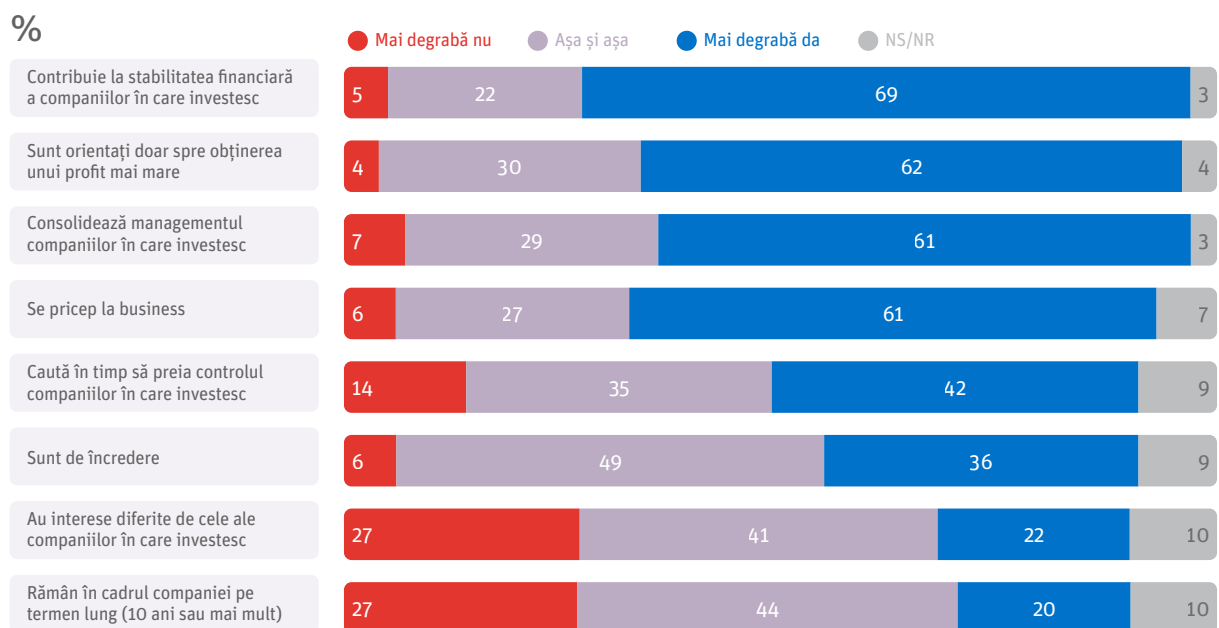
Antreprenorii au simțit susținerea statului de foarte puține ori, însă, fiind motivați de necesitatea de a face lucrurile mai bine și de a produce schimbare pozitivă, nu pot rămâne impasibili. Aceștia simt nevoia de a aduce o contribuție nu doar la mediul de business, ci și la nivelul societății, în ansamblu.



? În ce măsură considerați că oamenii de afaceri ar trebui să contribuie cu soluții atunci când statul nu rezolvă probleme din societate?

Percepția asupra investitorilor

Investitorii sunt percepuți ca fiind competenți și contribuind la stabilitatea companiilor, însă există rezerve privind încrederea pe termen lung și alinierea intereselor. În general, percepția este pozitivă, dar nu lipsită de prudență.



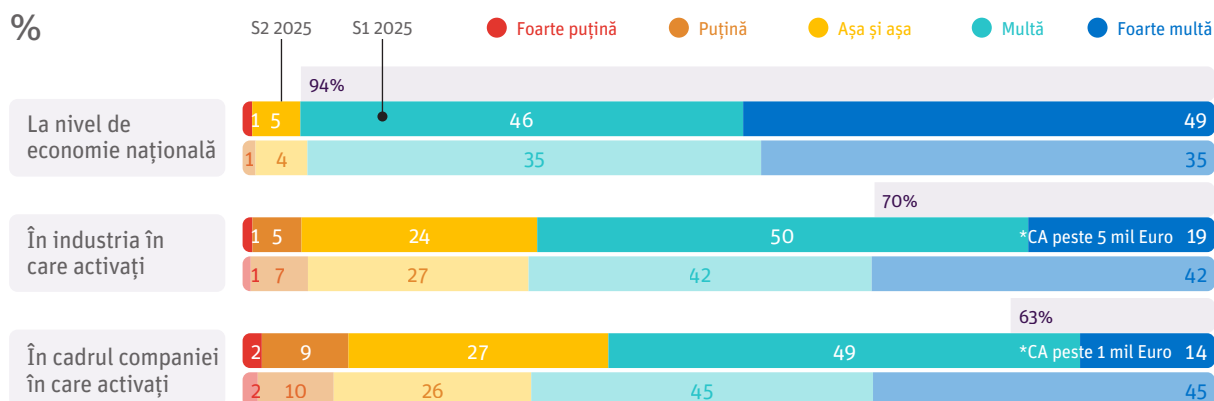
* Semnificativ mai mare la un nivel de încredere de 95%

? Considerați că acești investitori...?- doar varianta "mai degrabă"

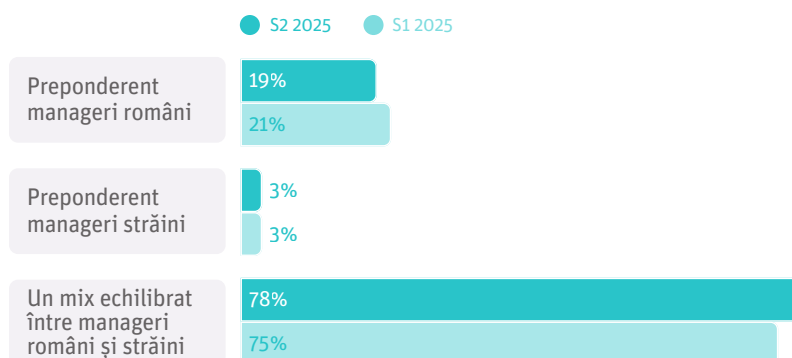
Managerii consideră că economia națională are nevoie de un nivel ridicat de investiții pentru dezvoltare

Majoritatea managerilor consideră că proiectele de investiții la nivel național ar trebui gestionate în parteneriat, atât de către manageri români, cât și străini. Aproape toți (94%) sunt de părere că economia României are nevoie de investiții substanțiale pentru a putea susține dezvoltarea.

? Unde considerați că este cea mai mare nevoie de investiții pentru dezvoltare



? Cine considerați că ar trebui să gestioneze un proiect de investiții la nivel de țară în România?



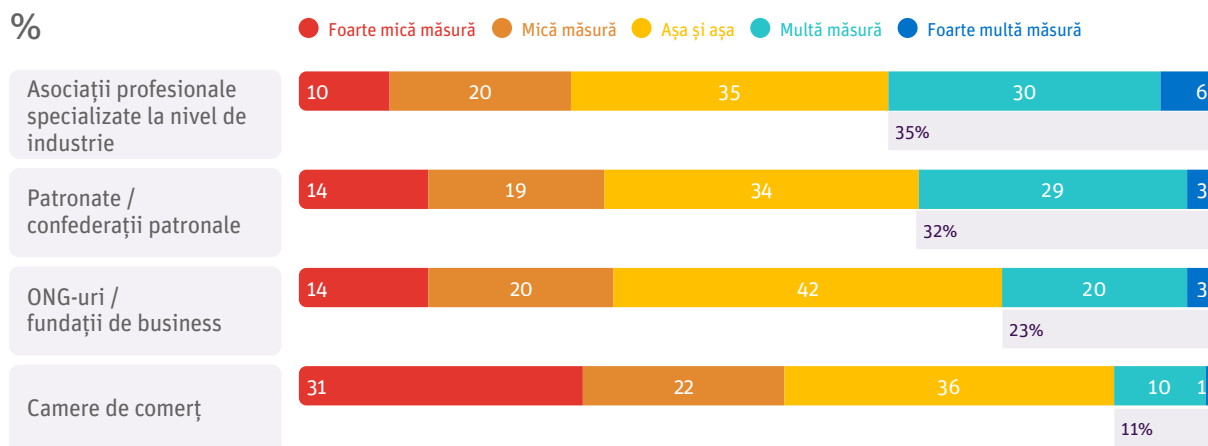
Managerii consideră că asociațiile profesionale specializate reprezintă cel mai bine interesele antreprenorilor din România

Deși încă nu există un grad foarte ridicat de cunoaștere a organizațiilor care se ocupă de reprezentarea intereselor antreprenorilor, se observă o deschidere tot mai mare a acestora de a se implica în organizații și acțiuni care pot produce schimbare.

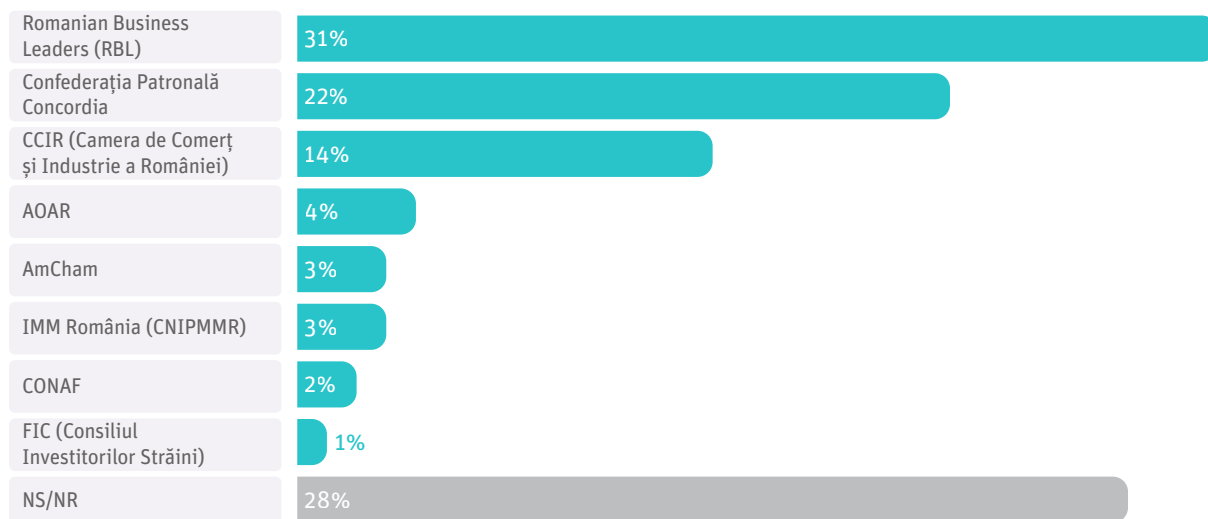
“Sunt organizații care sunt foarte implicate și contează foarte mult ca mediul de business să aibă reprezentare și să participe activ în grupurile de lucru. Da, cred că, în momentul de față, este o schimbare și o evoluție în sensul acesta.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

? În ce măsură considerați că următoarele tipuri de organizații reprezintă interesele antreprenorilor din România?

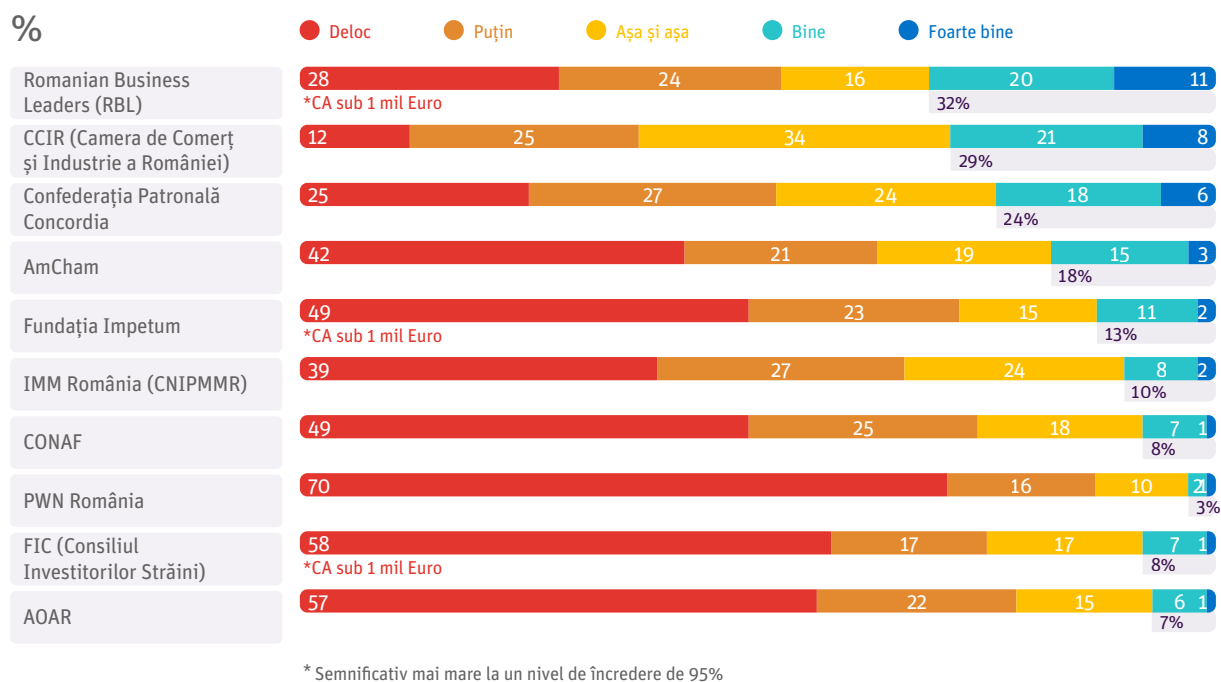


? Ce organizații care reprezintă interesele antreprenorilor din România cunoașteți?



Gradul de cunoaștere a organizațiilor care reprezintă antreprenorii din România

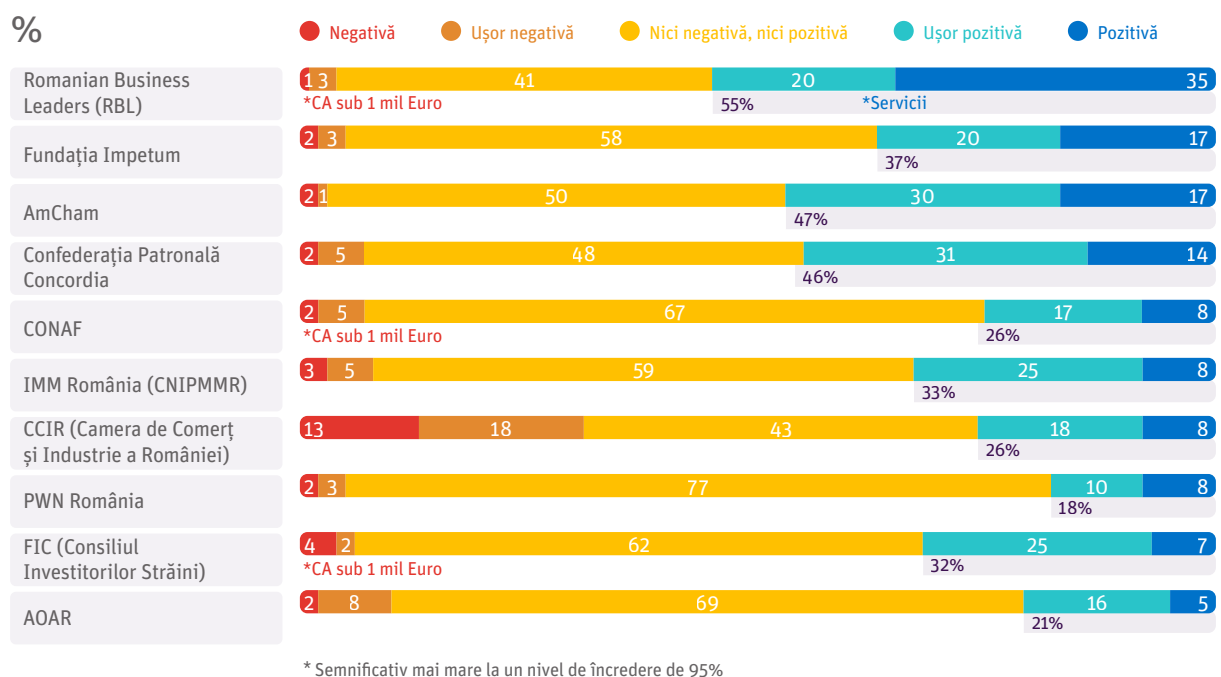
Rezultatele indică un nivel general scăzut de cunoaștere a organizațiilor care reprezintă antreprenorii din România. Doar câteva organizații, precum Confederația Patronală Concordia, IMM România și Romanian Business Leaders, au o vizibilitate mai ridicată; însă, pentru majoritatea, gradul de recunoaștere rămâne redus.



? În ce măsură considerați că următoarele tipuri de organizații reprezintă interesele antreprenorilor din România?

Percepția asupra organizațiilor care reprezintă antreprenorii

Percepția față de organizațiile analizate este, în mare parte, neutră, majoritatea respondenților indicând opinii nici negative, nici pozitive. Romanian Business Leaders și AmCham România se remarcă prin cele mai ridicate niveluri de percepție pozitivă, în timp ce Camera de Comerț și Industrie a României înregistrează cele mai mari ponderi de evaluări negative.



? Ce părere aveți despre următoarele organizații care reprezintă interesele antreprenorilor din România?

Organizațiile de profil sunt percepute, în general, ca având intenții pozitive, însă generarea unei schimbări reale rămâne o provocare.

Antreprenorii, în special cei mai tineri, consideră că aceste organizații devin o prezență din ce în ce mai importantă în sprijinirea mediului de business local. Totodată, intrarea în zona politică a unor persoane provenite din mediul de business deschide noi oportunități de dezvoltare pentru sectorul privat, chiar dacă ritmul schimbărilor nu este întotdeauna cel dorit.

Cu toate acestea, responsabilitatea pentru dificultatea cu care se produc schimbările nu aparține exclusiv statului, ci și mediului privat, care, deși mai activ în ultima perioadă, are încă nevoie de o colaborare mai strânsă între actorii săi și de strategii mai bine structurate.

Oamenii de afaceri locali își exprimă deschiderea de a participa la inițiativele organizațiilor de profil, însă se resimte nevoia unui mod de lucru mai strategic și mai profesionist, bazat pe planuri coerente și consistente, care să depășească zona voluntariatului și să fie susținute de expertiză specializată.

CEO OPINIONS

“Organizațiile de profil, precum RBL, chiar pot influența agenda națională. Acum 20 de ani, în România, nu știam ce presupune un lobby și ce presupune o activitate de lobby. Acum, ușor-ușor, în ultimii 20 de ani, a existat o creștere foarte mare a acestei activități. Și da, consider că poate influența și poate avea impact; mai mult decât atât, organizațiile mari, atunci când au un front comun și propunerile sunt comune, pot avea un impact mai mare.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“Am văzut în ultimul an, un an și jumătate, o poziție activă, să spunem, atât în comisiile de la Parlament, de la Senat, participare în diverse întâlniri de profil, ale RBL, de exemplu.”

Adrian Tohăneanu, CEO Elsaco

“Oamenii se strâng laolaltă mai mult acum, dar încă există un anumit vid și mă refer aici la cum să faci lucrurile corect, iar asta va mai dura ceva ani. La nivel ideal, trebuie să ai un flux astfel încât vocea oricărui antreprenor să fie auzită, nu doar a celor mari: oameni din organizații să vină cu probleme, altcineva să le centralizeze, să le filtreze, să stabilească un common ground, apoi să se genereze soluții cu care să se meargă mai departe către cei care pot finanța – statul sau alte business-uri mai mari.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

“Altfel e când angajezi un avocat să te reprezinte, pentru că se dedică, și altceva e să rogi un prieten să te ajute, pentru că el o face printre picături, printre alte activități.”

Ciprian Harabagiu, Decalex

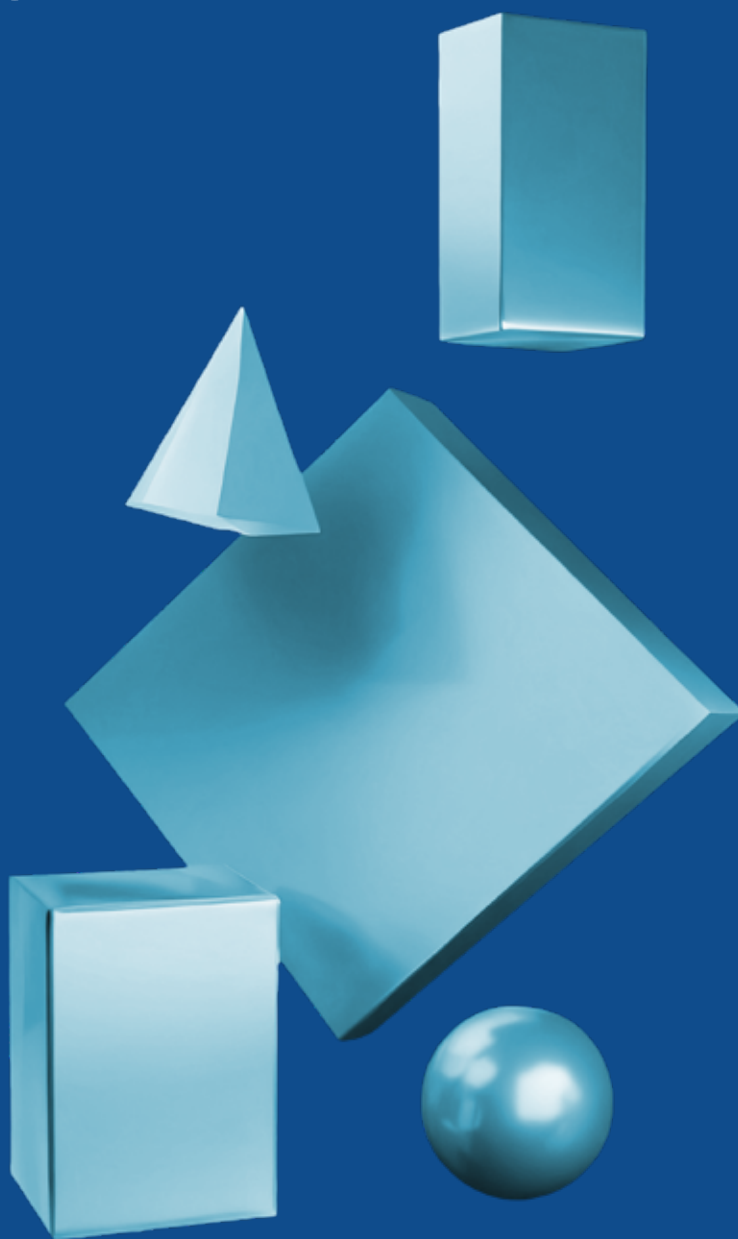
Investitorii sunt percepuți ca reprezentând un potențial ajutor binevenit, iar antreprenorii ca având un rol important în dezvoltarea mediului de afaceri și contribuind activ la societate.

- Majoritatea respondenților **consideră că antreprenorii ar trebui să se implice activ atunci când statul nu reușește să rezolve problemele societății**, aproape 78% indicând un nivel ridicat de implicare („multă” sau „foarte multă măsură”). De multe ori, la baza antreprenoriatului nu stă atât ideea de a face bani, cât dorința de a schimba lucruri și de a le face mai bine, motiv pentru care este de înțeles disponibilitatea antreprenorilor de a-și asuma responsabilități dincolo de cele strict legate de business.
- **Majoritatea managerilor sunt de părere că proiectele de investiții la nivel național ar trebui derulate în parteneriat**, implicând atât manageri români, cât și străini, aproape toți respondenții (94%) considerând că economia României are nevoie de investiții semnificative pentru a susține dezvoltarea sustenabilă.
- **Investitorii sunt văzuți ca persoane competente, care contribuie la stabilitatea companiilor**, deși există anumite rezerve privind încrederea pe termen lung și alinierea intereselor acestora cu cele ale companiilor.
- **Antreprenorii sunt percepuți, în mare măsură, ca oameni care își asumă riscuri, contribuie activ la societate și urmăresc independența financiară, având un rol important în dezvoltarea mediului de afaceri**; în același timp, există opinii mai neutre sau critice legate de concentrarea pe control, obținerea de profit personal și nivelul de încredere acordat de societate, însă, per ansamblu, imaginea lor rămâne una pozitivă, cu accent pe inovație, adaptabilitate și impact social.

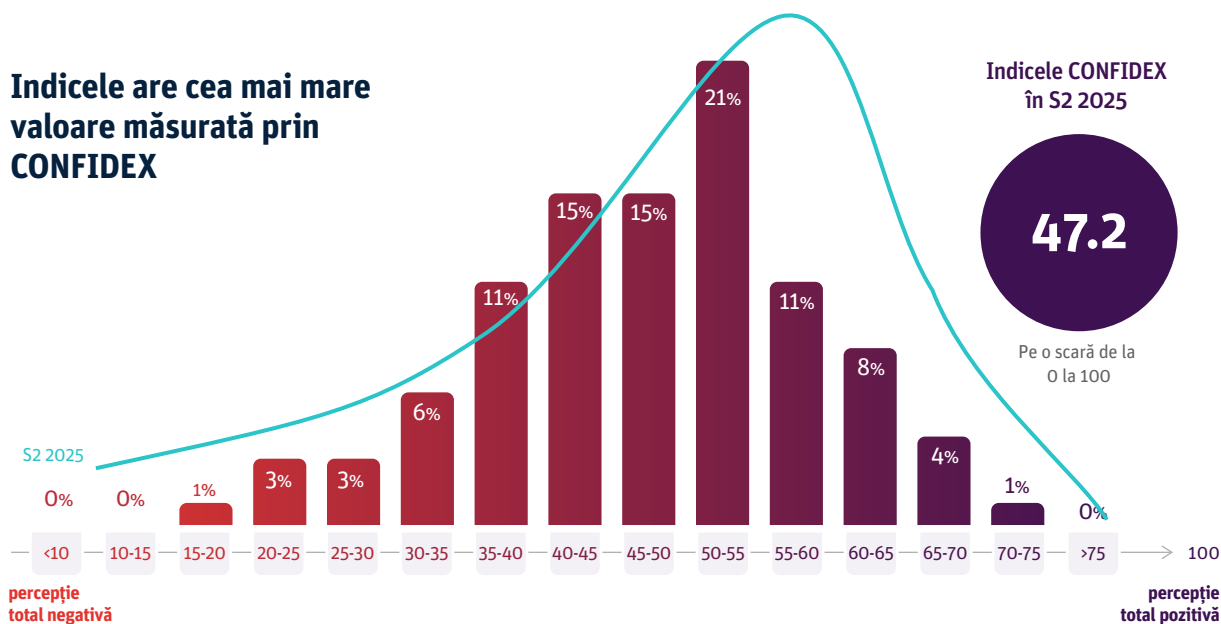
Concluzii capitole

04

Indicele CONFIDEX al încrederii în economie

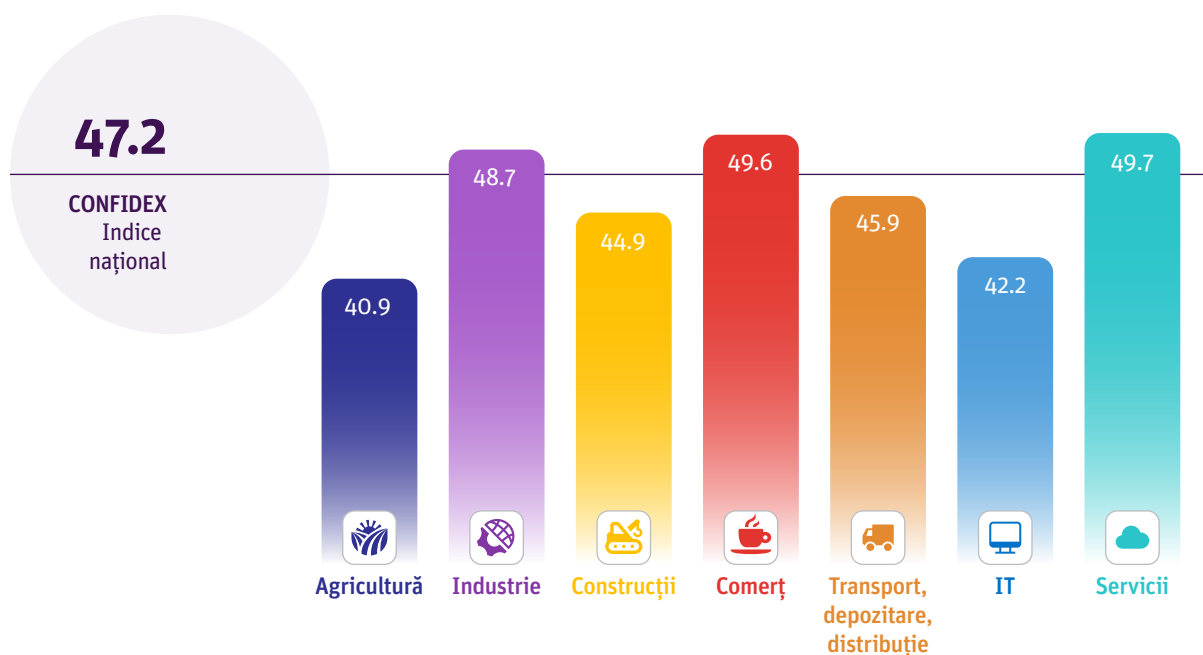


Indicele are cea mai mare valoare măsurată prin CONFIDEX



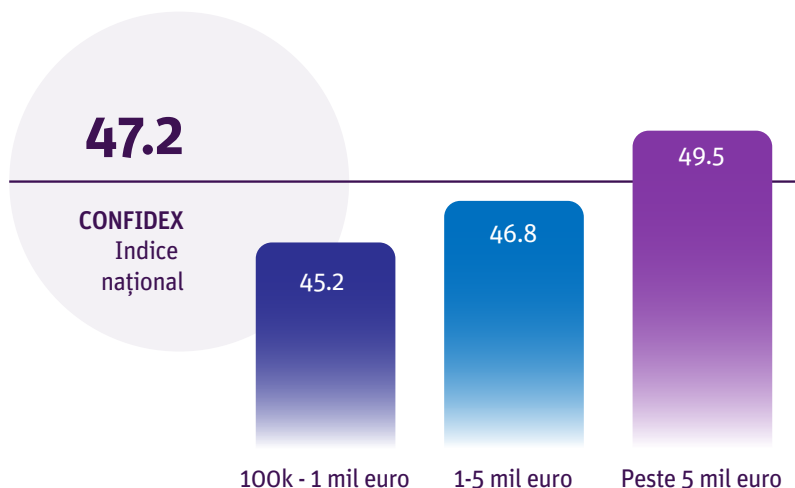
Nivelul indicelui în raport cu sectoarele de activitate în S2 2025

Agricultura și IT-ul sunt domeniile percepute ca fiind cele mai pesimiste, în timp ce serviciile și comerțul sunt considerate cele mai optimiste.



Nivelul indicelui în raport cu cifra de afaceri în S2 2025

Companiile mari, cu o cifră de afaceri de peste 5 milioane de euro, sunt cele mai optimiste, iar diferența de percepție dintre companiile medii și cele mici, cu o cifră de afaceri cuprinsă între 0,5 și 1 milion de euro, este de 1,6 puncte.

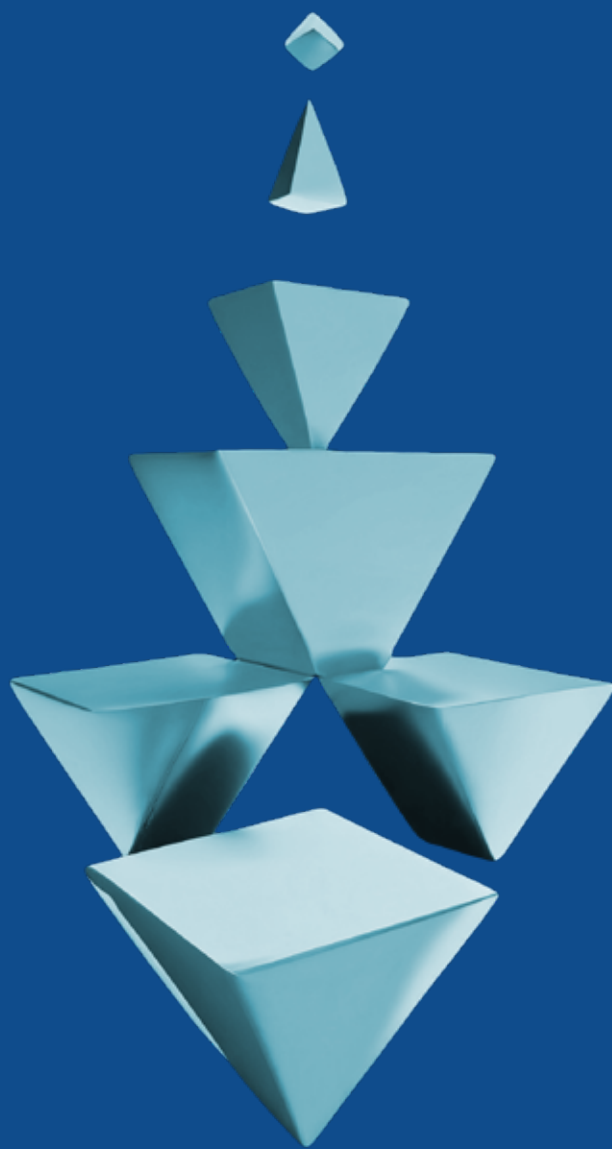


Evoluție Indice CONFIDEX pe parcursul a celor 13 ediții

DOMENII	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	S2 2021	S1 2022	S2 2022	S1 2023	S2 2023	S1 2024	S2 2024	S1 2025	S2 2025
Agricultură	43.2	43.0	45.1	47.6	40.5	47.0	47.2	48.9	45.0	48.5	45.7	43.8	40.9
Industrie și energie electrică	41.4	40.8	45.2	45.9	41.6	47.0	42.3	49.7	47.4	51.3	52.1	50.5	48.7
Energie	-	-	-	-	-	-	-	-	50.7	49.8	49.3	52.1	-
Construcții	41.9	40.8	44.9	49.6	42.1	47.9	44.8	51.4	47.8	52.6	52.4	51.6	44.9
Comerț	42.1	42.3	47.1	49.2	41.8	47.7	44.9	50.1	47.8	52.6	52.5	51.1	49.6
Transport, distribuție, depozitare	38.6	38.4	43.9	42.5	38.3	48.0	43.9	49.8	48.6	51.5	52.3	47.0	45.9
IT	-	-	-	-	-	-	-	-	50.4	53.7	52.9	50.7	42.2
Servicii	37.5	41.3	47.8	49.3	42.4	50.0	51.7	51.7	49.8	57.1	52.7	52.8	49.7
Medie indice	40.7	41	45	47	41.4	47.8	44.4	50.2	48.1	52.5	52.0	51.3	47.2

05

Metodologia studiului CONFIDEX



Universul cercetării

39.000 companii private însumând peste **150.000** de angajați, împărțiți în:

3 categorii de mărime

în funcție de cifra de afaceri:

- 100 k – 1 mil. euro
- 1 mil. – 5 mil. euro
- peste 5 mil. euro

8 domenii de activitate

- Agricultură
- Industrie
- Energie
- Construcții
- Comerț
- Transport, distribuție, depozitare
- IT
- Servicii

Respondenții studiului CONFIDEX Decembrie 2025 sunt reprezentanții a 646 companii din toate domeniile principale de activitate și toate regiunile țării. În scopul comparației statistice cu studiile anterioare.

Participanții au completat chestionarul telefonic și online în perioada decembrie 2025.

61%

companii cu cifra de afaceri peste 1 milion euro.

55%

dintre respondenți sunt CEO, iar restul sunt reprezentanți ai top management-ului.

Construcția indicelui

Agregarea acestor 31 de itemi a generat 5 factori cu valori cuprinse între 0 și 20, care însumați conduc la un indice cu valori cuprinse între 0 și 100.

0 constituie percepția total negativă asupra economiei, 100 echivalează cu o percepție total pozitivă, iar 50 reprezintă valoarea mediană.

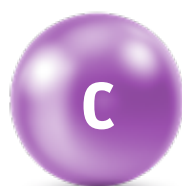
Agregarea a 31 de itemi privind:



Previziuni privind evoluția macroeconomică



Evaluarea evoluției comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, și previziuni pentru următoarele 3 luni în privința unor indicatori ai companiei



Încrederea în instituțiile guvernamentale cheie

Studiu cantitativ:

CAWI

Studiu calitativ:

Interviuri calitative

Studiu realizat cu ajutorul Unlock, companie de cercetare

Perioada colectării datelor: 20 noiembrie - 22 decembrie

Pentru a lua parte la Studiul CONFIDEX și a primi varianta integrală a raportului, puteți accesa www.studiulconfidex.ro

CONFIDEX.S2 2025

Raport de cercetare

În parteneriat cu

